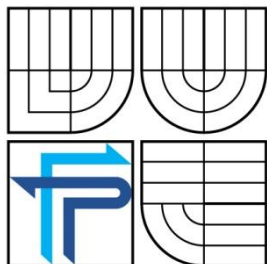


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV FINANCÍ

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF FINANCES

ANALÝZA VYBRANÉ FIRMY

ANALYSIS OF THE SELECTED FIRM

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

JAKUB PAVLÁK

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

ING. HELENA HANUŠOVÁ, CSC.

BRNO 2008

Anotace

Bakalářská práce pojednává o obtížné situaci malého podniku v současně velmi agresivních tržních podmínkách. Obsahuje analýzu společnosti, konkrétně SLEPTE a SWOT analýzu. Výstupem analýz práce vydá doporučení pro vedení podniku.

Annotation

This bachelor's thesis talks about difficult situation of the small company in our current aggressive business conditions. It contains economic analysis of company, SLEPTE analysis and SWOT analysis. Conclusion will be package of solutions for management of company.

Klíčová slova

Ekonomická analýza firmy, SWOT analýza, SLEPTE analýza, Ekofarma, Biopotraviny, Drobné podnikání

Key words

Economic analysis of company, SWOT analysis, SLEPTE analysis, Eko farm, Bio food, Small business

Bibliografická citace práce

PAVLÁK, J. Analýza vybrané firmy. Brno: VUT v Brně, Fakulta podnikatelská, 2008.

56s. Vedoucí bakalářské práce Ing. Helena Hanušová, CSc.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 25. května 2008

Podpis

Poděkování

Rád bych především poděkoval vedoucí bakalářské práce Ing. Heleně Hanušové CSc. za cenné rady a velmi ochotnou pomoc.

Dále také děkuji paní Štěrbové za poskytnutí důležitých a zajímavých informací.

A děkuji také panu Adamovi Peterkovi za poskytnutí zajímavé inspirace, která mně pomohla k volbě tohoto tématu.

Obsah:

1.	Úvod.....	- 9 -
2.	Vymezení problému a cíle práce.....	- 10 -
2.1.	Metody práce.....	- 10 -
3.	Teoretická východiska práce.....	- 11 -
3.1.	SLEPTE analýza	- 11 -
3.1.1.	Analýza sociálních faktorů:	- 11 -
3.1.2.	Analýza legislativních vztahů:	- 12 -
3.1.3.	Analýza ekonomických faktorů:	- 12 -
3.1.4.	Analýza politických faktorů:	- 12 -
3.1.5.	Analýza technologických faktorů:	- 12 -
3.1.6.	Analýza ekologických faktorů:	- 13 -
3.2.	SWOT analýza	- 13 -
3.2.1.	Silné stránky podniku	- 14 -
3.2.2.	Slabé stránky podniku:	- 14 -
3.2.3.	Příležitosti podniku:	- 15 -
3.2.4.	Hrozby podniku:	- 15 -
3.3.	Poznatky z oblasti BIO průmyslu.....	- 17 -
3.3.1.	Bio potraviny	- 17 -
3.3.2.	Bio potraviny v EU	- 19 -
3.3.3.	11 důvodů proč kupovat biopotraviny	- 21 -
3.4.	Problematika drobného podnikání	- 25 -
3.4.1.	Nevýhody malých a středních podniků	- 26 -
3.4.2.	Výhody malých a středních podniků	- 28 -
4.	Analýza problému a současné situace.....	- 30 -
4.1.	Stručná charakteristika firmy	- 30 -
4.1.1.	Předmět podnikání společnosti	- 30 -
4.1.2.	Lokalita	- 31 -
4.1.3.	Vybavení	- 31 -
4.1.4.	Zaměstnanci	- 31 -
4.1.5.	Odběratelé	- 32 -
4.1.6.	Dodavatelé	- 32 -
4.1.7.	Sortiment.....	- 32 -

4.2.	SLEPTE analýza	- 33 -
4.2.1.	Analýza sociálních faktorů:	- 33 -
4.2.2.	Analýza legislativních vztahů	- 34 -
4.2.3.	Analýza ekonomických faktorů	- 35 -
4.2.4.	Analýza politických faktorů.....	- 40 -
4.2.5.	Analýza technologických faktorů	- 40 -
4.2.6.	Analýza ekologických faktorů	- 41 -
4.3.	SWOT analýza	- 42 -
4.3.1.	Silné stránky podniku	- 42 -
4.3.2.	Slabé stránky podniku:.....	- 44 -
4.3.3.	Příležitosti podniku:	- 46 -
4.3.4.	Hrozby podniku:	- 47 -
5.	Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení.....	- 49 -
6.	Závěr	- 52 -
7.	Seznam použité literatury	- 53 -
8.	Seznam tabulek a grafů.....	- 55 -
9.	Seznam obrázků	- 55 -
10.	Seznam zkratk	- 55 -
11.	Seznam příloh	- 56 -

1. Úvod

Základním prvkem existence každého jednotlivce je snaha být zdravý. V posledních letech pozorujeme stále zvětšující se důraz na zdravý životní styl. Klíčovým kamenem tohoto trendu jsou kvalitní a zdravé potraviny.

Jedním z nejkvalitnějších a nejhodnotnějších způsobů výroby potravin je biozemědělství. Jedná se o pokrokový způsob hospodaření s kladným vztahem k půdě, rostlinám, zvířatům a přírodě bez používání umělých hnojiv a jiných chemických přípravků.

Bakalářská práce má ambici poskytnout čtenáři základní informace týkající se oblasti bioprůmyslu a biopotravin, aby si mohl čtenář na tuto problematiku udělat vlastní názor.

Konkrétně se zaměřuji na ekonomické analyzování drobné firmy Ekofarma Deblín, která se zabývá výrobou a obchodem s biopotravinami. U této firmy nastíním současnou situaci, pokusím se odhadnout vývoj do budoucna a vytvořím opatření, aby společnost posílila svou pozici na trhu.

2. Vymezení problému a cíle práce

Bakalářská práce nastiňuje problematiku oblasti bioprůmyslu, především biopotravin. Zaměřuje se na analýzu malé společnosti „Ekofarma Deblín“, které se podařilo najít niku na trhu. Pokusí se nastínit obtížnou situaci drobného podnikání ve stále agresivnějším podnikatelském prostředí, situaci společnosti na trhu a možnosti, které společnost má pro budoucí expanzi.

Toto téma jsem si zvolil na základě stále zvyšujícího se boomu po bioproduktech. V současné době pozorujeme vytrvalé posilování poptávky po biopotravinách, která přibližně poslední jeden rok převyšuje nabídku. V bakalářské práci podrobím analýze vybranou firmu z oblasti výroby a obchodu s biopotravinami, u této společnosti analyzuji současnou situaci. Výstupem jsou návrhy opatření pro zvýšení prodeje.

2.1. Metody práce

Pro vypracování mé bakalářské práce jsem použil především metody pozorování a analýza. Úkolem pozorování je detailně popsat současný stav firmy, tzn. lidské zdroje, způsob řízení, výrobní zdroje, trh., atd. Dále budu tyto aspekty podrobovat analýze, odhalím nedostatky a vytvořím podklady pro vypracování návrhu na jejich odstranění. Analýzou rozumím tedy rozebrání celku na dílčí části a jejich podrobné prozkoumání a popsání. Ke konci mé zprávy shrnu jednotlivé problémy a následná opatření a budu vyhodnocovat aspekty výhodnosti a rizikovosti.

V práci použiji SWOT analýzu, tedy zhodnocení silných a slabých stránek společnosti, hrozeb a příležitostí společnosti. Tuto analýzu budu orientovat na lidské zdroje, způsob řízení, výrobní zdroje, situaci na trhu, dodavatele a odběratele, atd.

Dále také použiji analýzu vnějšího prostředí, tzv. SLEPTE analýzu, kde se budu věnovat rozboru současné a budoucí ekonomické situace, sociálních a legislativních záležitostí, aspektů politických, technických a ekologických, které působí na danou firmu.

3. Teoretická východiska práce

Pro správné posouzení daného problému, potřebuji využít ekonomické analýzy. Podle působnosti je rozdělím na analýzy:

- a) Makroprostředí – SLEPTE analýza
- b) Mikroprostředí – SWOT analýza

3.1. SLEPTE analýza (17)

Představuje všeobecný analytický nástroj, jehož použití je aktuální pro všechny typy podniků. Skládá se z analýz:

- 1) Společenské
- 2) Legislativní
- 3) Ekonomické
- 4) Politické
- 5) Technické nebo technologické
- 6) Ekologické

Uplatnění této analýzy umožní identifikovat klíčové trendy a vnější vlivy, které na podnik působí a budou působit.

3.1.1. Analýza sociálních faktorů:

Sociální faktory mohou velmi silně ovlivňovat strukturu i výšku poptávky. Vykazují tak vliv na nabídku. Zde je nezbytně nutné analyzovat strukturu populace a to jak z hlediska věku, vzdělání, kvality a dovednosti pracovních sil, apod.

Další oblast zkoumání tvoří životní styl včetně změny rodinných struktur.

Do této oblasti také řadíme vztah k životnímu prostředí.

Za nejdůležitější lze považovat poznatky plynoucí z vývoje demografické křivky a z řešení, která jsou přijímána v souvislosti s tímto vývojem.

3.1.2. Analýza legislativních vztahů:

Je velmi významná, neboť zkoumá právní podmínky, které vymezují jak prostor pro podnikání, tak upravují i podnikání samo. Patří sem zejména míra a oblast státní regulace hospodářství, kam patří například soubory daňových zákonů, antimonopolních zákonů, občanský zákoník, živnostenský zákoník, v posledních letech velmi významně vliv legislativy EU.

3.1.3. Analýza ekonomických faktorů:

Vývoj podniku je do značné míry ovlivněn i vývojem národního hospodářství a vývojem makroekonomických trendů. V této oblasti je třeba analyzovat především míru a očekávaný vývoj nezaměstnanosti v ČR, EU a ve světě, dále míru a očekávaný vývoj inflace v ČR, EU a ve světě, očekávanou míru ekonomického růstu a samotný růst celosvětového HDP.

Dále sledování hospodářských cyklů. Stále měnící se struktura spotřebního koše.

3.1.4. Analýza politických faktorů:

Umožňuje zejména v horizontech voleb předvídat očekávané legislativní změny, které vyplývají z politických programů jednotlivých politických uskupení. Patří sem především vztah k EU, ochota využívat nástrojů regulujících trh, jak podporujících tuzemských trh a tuzemské podnikání, tak i omezujících. Integrační politika ve smyslu podpory mezinárodního obchodu a odstranění veškerých jeho bariér, snaha o podporu globalizace, daňová politika, politická stabilita země, stabilita vlády a politická nálada.

3.1.5. Analýza technologických faktorů:

Předvídaní vývoje ve směru technického rozvoje a zejména nosných trendů je nezbytně nutné pro formování investičních aktivit i strategii rozvoje podniku. Je nutné zkoumat, zda obor podnikání firmy je v oblasti rychlých a turbulentních změn techniky a technologie, zda se uplatňují aspekty miniaturizace, jaký je kladen důraz na kvalitu a bezpečnost produktu.

3.1.6. Analýza ekologických faktorů:

Jedná se o aspekty, které zatím firmy příliš nezdůrazňují. Přesto jejich vliv neustále roste, zejména v oblastech ochrany životního prostředí, včetně požadavků na úplnou recyklovatelnost, snižování potřeby čerpání neobnovitelných zdrojů, snižování spotřeby elektrické energie a častější využívání substitučních energií. Dalším aspektem je rostoucí důraz na používání přírodních materiálů, rostoucí požadavky na kvalitu výrobku včetně jeho delší životnosti a možné opravitelnosti. Skutečnost, že tyto trendy nastupují, či nastupovat budou, lze rozpoznat například z požadavků na životní styl, vzdělání, i z politického programu jednotlivých politických stran.

3.2. SWOT analýza (15,17)

SWOT analýza je jedním z nástrojů, důležitých při tvorbě podnikové strategie. Jedná se o strategickou analýzu, pomocí které jsou hledány a nalézány vnitřní faktory ovlivňující společnost (silné a slabé stránky) a vnější faktory, které jsou představovány nalezením příležitostí a hrozeb. Jak jsem již naznačil, tato čtyř-faktorová analýza zkoumá:

- 1) Silné stránky - Strengths
- 2) Slabé stránky - Weakness
- 3) Příležitosti – Opportunities
- 4) Hrozby – Threats

Tato analýza byla vyvinuta Albertem Humphreym, který vedl v 60. a 70. letech výzkumný projekt na Stanfordově univerzitě, při němž byla využita data od 500 nejvýznamnějších amerických společností.

Při tvorbě podnikové strategie a zejména při hodnotovém managementu je třeba identifikovat především *silné a slabé stránky* podniku, které jsou představovány takovými faktory, které mají vliv na růst, či naopak snížení vnitřní hodnoty firmy, především v oblasti aktiv, dovednosti a dalších podnikových zdrojů.

Naproti tomu vnější faktory jsou představovány *příležitostmi a ohroženími*, které mohou vývoj podniku výrazně ovlivnit. Firma je prakticky nemůže měnit, ale musí sledovat jejich vývoj a přizpůsobovat se mu. Proto je nezbytně nutné, aby monitorovala výsledky buď centrálně prováděných demografických, ekonomických a dalších faktorů nebo tyto analýzy prováděla sama.

Jednotlivé části této analýzy zkoumají všeobecně typická hlediska.

Několik příkladů typických faktorů, které ovlivňují:

3.2.1. Silné stránky podniku

- Využívání vlastních patentů,
- exkluzivní přístup k informačním zdrojům,
- umístění podniku,
- nákladová výhoda vyplývající z možnosti minimalizovat určitý nákladový druh – dosažení cost-leadershipu,
- jedinečné know-how,
- kvalitní řízení organizace,
- používání nových technologií s důrazem na ekologizaci výroby a její energetickou nenáročnost; odpadové hospodářství,
- schopnost inovativního přístupu k produktům na základě zvláštních marketingových analýz,
- proslulá značka a dobré renomé firmy.

Pro silné stránky platí nutnost jejich *maximalizace*.

3.2.2. Slabé stránky podniku:

- Obtížná implementace výsledků aktuálního výzkumu a vývoje a to jak externího, tak z vlastních zdrojů,
- obtížný přístup ke kvalitním informačním zdrojům,
- nevhodné umístění podniku; například s ohledem na distribuční síť (dojezd zaměstnanců do zaměstnání),
- vysoká nákladová náročnost, která při stávajících technologických postupech nemůže být snížena (značná energetická náročnost),
- chybějící know-how u většiny pracovníků firmy,

- zastaralé technologie a výrobní stroje,
- lpění na zastaralých postupech,
- neochota ke změnám a zlepšování organizace a řízení,
- nízká produktivita práce,
- konkurence využívá lepší přístup k distribučním kanálům.

Pro slabé stránky platí nutnost jejich *minimalizace*.

3.2.3. Příležitosti podniku:

- Rozpoznání a přiblížení se přáním zákazníka,
- oslovování nových zákaznických segmentů,
- vyhledávání a obsazování volných místa na trhu v oblastech, které může firma obsadit svými zdroji (lidskými a technickými),
- outsourcing takových podnikových procesů, které prováděné vlastními silami vykazují nízkou aktivitu a vysokou náročnost,
- vyhledávání, analýza a řízení rizik vyplývajících z předmětu podnikání,
- využití možnosti dopředné intergarce, pronikání do navazujících činností a oborů.

Pro příležitosti platí nutnost jejich *maximalizace*

3.2.4. Hrozby podniku:

- Noví konkurenti na trhu,
- legislativní regulace trhu, zejména v rámci evropského hospodářského prostoru, díky které dojde ke zvýšení tržních bariér a následné možnosti vzniku cenové války,
- neočekávaná změna technologie, vyvolaná použitím kvalitativně nového materiálového substitutu,
- nárůst cen zdrojů,
- stále přísnější ekologická měřítka a s tím spojená nutnost plnění přísných ekologických limitů a norem,
- všeobecný růst cen, inflace.

Pro hrozby platí nutnost jejich *minimalizace*

Kvalitně provedená SWOT analýza je užitečná především tím, protože poskytuje manažerům kvalitní hodnocení současné a budoucí pozice jejich organizace. Na základě těchto výstupů pak mohou vyvodit strategické alternativy, které budou v jejich konkrétní situaci ty nejvýhodnější

SWOT analýzu je důležité sestavovat, protože slabosti, stejně jako nevyužité příležitosti, se mohou proměnit v hrozby.

Pro management je důležité, že nízká podpora silných stránek může zapříčinit jejich proměnu ve slabosti a následně hrozby.

	Analýza vnitřních faktorů		
Analýza vnějších faktorů		S – silné stránky	W – slabé stránky
	O – příležitosti	S-O Strategie	W-O Strategie
	T – hrozby	S-T Strategie	W-T Strategie

Obrázek č. 1 Schéma SWOT analýzy

Na základě provedené SWOT analýzy můžeme vyhodnotit čtyři základní typy postupů:

- 1) **SO** strategie - využít silných stránek na získání výhody,
- 2) **WO** strategie - překonat slabiny využitím příležitostí,
- 3) **ST** strategie - využít silné stránky na čelení hrozbám,
- 4) **WT** strategie - minimalizovat náklady a čelit hrozbám.

3.3. Poznatky z oblasti BIO průmyslu (2)

V této sekci bych rád zmínil zajímavé poznatky z oblasti bio průmyslu, tak aby si i nezasvěcený čtenář mohl udělat obrázek o současném boomu bio průmyslu, jeho smyslu, využití a možné budoucnosti.

3.3.1. Bio potraviny (12,18)

Biopotraviny jsou potraviny vyrobené z bioproduktů, tj. produktů kontrolovaného ekologického zemědělství, což je velmi pokrokový způsob hospodaření s kladným vztahem k půdě, rostlinám, zvířatům a přírodě bez používání umělých hnojiv, chemických přípravků, postřiků, hormonů a umělých látek.

Biopotraviny se vyznačují vysokou kvalitou, výraznou a nefalšovanou chutí, v případě zeleniny a brambor také dobrou trvanlivostí.

Bioprodukt je surovina rostlinného nebo živočišného původu získaná v ekologickém zemědělství. Může to být například zelenina, ovoce, obiloviny, luskoviny, olejnin, syrové mléko, vejce nebo zvířata v kusech. Tyto bioprodukty mohou zákazníci nakupovat zejména tzv. ze dvora (přímo na farmě), v prodejní síti je jich k dostání zatím velice málo. Bioprodukty jsou výchozí suroviny pro biopotraviny.

„Prodej biopotravin loni v tuzemsku stoupl o více než polovinu a přesáhl 700 milionů korun, jak vyplývá z průzkumů agentury Green marketing mezi výrobci a obchodníky. Podle odborníků roste díky různým propagačním akcím povědomí lidí o potravinách produkovaných ekologickým způsobem. Také některé řetězce významně rozšířily nabídku tohoto zboží. Biopotraviny ale stále mají jen nepatrný podíl na celkové spotřebě potravin.

Trh s biopotravinami roste v ČR dlouhodobě o desítky procent ročně a jeho potenciál je obrovský," uvedl p. Václavík z Green marketingu. Nárůst prodeje podle něj bude i v následujících letech nejméně 30procentní.“ (18)

„Obrat českého trhu biopotravin se může během čtyř let více než ztrojnásobit na zhruba 2,5 miliardy korun v roce 2010. Na konferenci Biopotraviny v maloobchodě to uvedl p. Václavík z agentury Green marketing.

Loni Češi utratili za potraviny v bio kvalitě 760 milionů korun, meziročně o 59 procent více. V dalších pěti letech lze podle Václavíka očekávat růst o 30 až 40 procent. Zatímco loni biopotraviny představovaly zhruba 0,3 procenta spotřeby potravin, v roce 2010 už by to mohlo být procento. K dalšímu vzestupu zájmu spotřebitelů by měly přispět informační kampaně a silící povědomí o bioproduktech, rozšiřování nabídky v řetězcích a také stoupající kupní síla obyvatel, uvedl p. Václavík.

Biopotraviny jsou proti konvenčním potravinám dražší; rozdíly mezi jednotlivými druhy výrobků mohou činit i stovky procent. Důvodem je náročnější způsob produkce a zpracování s velkým podílem ruční práce. Vyšší jsou i náklady na balení a distribuci malých šarží.“ (18)

„Ekologické zemědělství se v Česku stále rozšiřuje a v roce 2006 představovalo 281.500 hektarů, což je zhruba 6,6 procenta zemědělské půdy. To je v EU nadprůměrný podíl. V tuzemském ekozemědělství ale více než čtyři pětiny ploch představují trvalé travní porosty, tedy louky a pastviny; orné půdy je jen menšina.

To proti roku 2005 znamenalo zvýšení o devětačtyřicet procent. Podle p. Václavíka výraznému růstu prodeje pomohla rozšiřující se nabídka biopotravin v některých obchodních řetězcích. V supermarketech a hypermarketech tuzemští zákazníci nakoupí dvě třetiny množství biopotravin. Prodejny zdravé výživy a bioproduktů měly v roce 2005 tržní podíl osmadvacet procent. Přimo na farmách či tržišťích se prodala necelá tři procenta.

Produkty v biokvalitě v roce 2006 představovaly zhruba 0,35 procenta spotřeby potravin.“ (12)

3.3.2. Bio potraviny v EU

„Evropský bio trh v roce 2006 představoval 13 miliard eur (364 miliard korun), meziročně o 15 procent více, vyplývá ze studie Organic Monitoru. Od posledních měsíců loňska se přitom podle Václavíka na evropském trhu začíná vzhledem k růstu poptávky projevovat nedostatečná nabídka některých komodit - například bio masa či mléka.“ (4)

„Evropané, ale nejen oni, za biopotraviny rádi připlácejí. Jsou přesvědčeni - nejspíše docela správně - že potraviny bez chemikálií či maso a mléko od zvířat, která se mohou volně pást, prostě musejí být zdravější. "Věříme v budoucnost biopotravin nejen proto, že lépe chutnají a jsou kvalitnější, ale především proto, že jsou zdravé," nechal se letos slyšet například Claud Allard, generální ředitel společnosti Delvita. Jsou biopotraviny opravdu lepší než ty ostatní? Mají vyšší výživnou hodnotu? Vědecké závěry nejsou jednoznačné, pro paušální vychvalování veškerých biopotravin dosavadní výzkumy nestačí. Drtivá většina pokusů však dospívá k jednomu společnému výsledku: „Rostliny pěstované v ekologicky kontrolovaném režimu skutečně mají vyšší obsah nutričních látek než jejich konvenční konkurenti." Také se podařilo prokázat, že pokusná zvířata postavená před možností výběru krmiva dávají opakovaně přednost biorostlinám. Navíc se zjistilo, že biokrmivo zlepšuje jejich plodnost.“ (4)

„Průměrný Švýcar nakoupil v uplynulém roce biopotraviny za více než sto eur. Dán, Švéd, Němec a Rakušan za ně utratí zhruba padesát eur ročně a Francouz, Ital, Brit či Nizozemec minimálně třicet eur. Naproti tomu statistický Čech utratí ročně za biopotraviny něco málo přes jedno euro, přesně pětatřicet korun. Velmi nízká spotřeba je také v Řecku a Portugalsku, kde se pohybuje kolem pěti, respektive osmi eur na osobu.“ (4)

„Roční obrat evropského trhu s bio potravinami činí 12,5 miliardy eur:

- | | |
|-----------------------|--------------------|
| - Německo 29 % | - Rakousko 3 % |
| - Francie 16 % | - Finsko 2 % |
| - Itálie 16 % | - Špaělsko 2 % |
| - Velká Británie 15 % | - Dánsko 2 % |
| - Švýcarsko 6 % | - Belgie 2 % |
| - Švédsko 3 % | - ostatní 1 %“ (4) |
| - Nizozemsko 3 % | |

3.3.3. 11 důvodů proč kupovat biopotraviny (1)

1) Ekologičtí zemědělci neznečišťují vzduch, půdu a vodu chemickými jedy (pesticidy, herbicidy, insekticidy...) ani umělými hnojivy

Každoročně jsou na celém světě odplavovány obrovské plochy zemědělské půdy v důsledku eroze, která je způsobována intenzivním způsobem obhospodařování. Jsou to nenahraditelné ztráty, neboť úrodná půda vzniká mnoho let. Ekologičtí zemědělci to dobře vědí a půdu chrání a pečlivě obhospodařují jako základ své farmy.

V konvenčním zemědělství se na velkých plochách pěstují stále stejné plodiny, tzv. monokultury, pouze s malými obměnami rok co rok. Zatímco produkce se ztrojnásobila, nedostatečná druhová pestrost pěstovaných rostlin způsobila vyčerpání živin z půdy. Na obnovení půdní úrodnosti se používají umělá hnojiva ve stále větších dávkách. Monokulturně pěstované plodiny jsou náchylné na kalamitní výskyt chorob a škůdců, což nutí zemědělce aplikovat velká množství pesticidů na ochranu své úrody. Navzdory zvyšující se spotřebě chemických postřiků jsou každý rok velké ztráty na výnosech, částečně i díky tomu, že některé druhy chorob a škůdců už se staly rezistentními vůči používaným chemickým látkám. V ekologickém zemědělství se nepoužívají umělá hnojiva ani jedovaté pesticidy.

2) Se zvířaty v ekologickém zemědělství chovatelé zacházejí dobře a nedávají jim, růstové hormony, masokostní moučku ani antibiotika

Hospodářská zvířata chovaná intenzivním způsobem mohou být (chovají-li se mimo země EU) krmena antibiotiky, hormony, léky proti parazitům a jinými léčivy bez ohledu na to, zda jsou nemocná nebo ne. Tyto látky pak přecházejí do jejich masa a mléka a následně do organismu těch, kdo tyto potraviny konzumují, a přispívají ke vzniku koronárních chorob a vysokého krevního tlaku.

V ekologickém chovu se zvířatům podávají syntetické léky jen v odůvodněných a nutných případech a takové zvíře následně není certifikováno jako bio.

3) Biopotraviny jsou „zdravé“

Několik studií prokázalo, že biozelenina a bioovoce obsahují v průměru o 50% více vitamínů, minerálních látek, enzymů a dalších živin oproti konvenční produkci.

Ekologicky pěstované plodiny nejsou kontaminovány jedovatými chemikáliemi. Na povrchu průměrného jablka vypěstovaného konvenčním způsobem najdeme 20-30 umělých jedů, a to i po omytí. Mnoho pesticidů bylo schváleno dlouho předtím, než se začala zkoumat spojitost mezi těmito chemickými látkami a rakovinou či jinými chorobami. V současnosti EPA předpokládá, že 60% herbicidů, 90% fungicidů a 30% insekticidů jsou karcinogenní látky. Pesticidy jsou jedy vyráběné na zničení živých organismů, a jsou tedy škodlivé i pro člověka. Kromě rakoviny mohou způsobovat také poškození plodu, poškození nervové soustavy a genetické mutace.

U ekologicky pěstovaných plodin se snižuje riziko výskytu reziduí pesticidů. Mají rovněž nižší obsah dusitanů oproti konvenčním plodinám.

4) Biopotraviny jsou chutné

Bioovoce a biozelenina obsahují méně vody a více sušiny a přirozených aromatických látek, takže mají mnohdy lepší a výraznější chuť.

Zvířata chovaná v podmínkách pro ně přirozených, bez stresu a s kvalitním kmením, dávají kvalitnější a chutnější mléko a vejce a jejich maso je hodnotnější oproti zvířatům z konvenčních velkochovů.

5) Biopotraviny neobsahují geneticky modifikované organismy

Při koupi biopotraviny si můžete být naprosto jisti, že byla vypěstována bez použití geneticky modifikovaného materiálu. Biopotravin jsou jediný způsob, jak se vyhnout třeba i nevědomému požívání GMO, protože v žádném stupni výroby a zpracování biopotravin nesmějí být podle Zákona o EZ geneticky modifikované organismy použity.

6) Úspora energie. Bioprodukce snižuje naši závislost na neobnovitelných zdrojích

Zemědělství se za poslední tři generace radikálně změnilo. Z malých rodinných hospodářství založených na lidské práci vznikly výrobní podniky zcela závislé na strojích, které spotřebovávají velká množství fosilních paliv. Ještě více energie se dnes spotřebuje na výrobu umělých hnojiv. Ekologické zemědělství používá tradiční metody pěstování, jako je ruční pletí, zelené hnojení místo umělých hnojiv, přirozenou obnovu půdní úrodnosti. A v neposlední řadě místní výrobky přicházejí na místní trh, takže odpadají tisíce zbytečně ujetých kilometrů.

7) Ekologické farmy chrání biodiverzitu (přírodní pestrost druhů)

Intenzivní zemědělství způsobuje silnou erozi půdy. Rozoráním mezí, odlesněním krajiny, vysoušením bažin a regulací toků ztratily volně žijící druhy rostlin a živočichů svá přirozená stanoviště. V některých oblastech zmizelo přes 70% ptáků, mnoha druhům motýlů, obojživelníků, plazů a malých savců hrozí vyhubení.

Ekologické zemědělství je mnohem přátelštější k životnímu prostředí a přírodě. Na místech, kde se hospodaří tímto způsobem, se rozšiřuje druhová pestrost ptáků, motýlů a rostlin. V ekologickém zemědělství je zakázáno používat chemické látky, ať již umělá hnojiva nebo jedovaté postřiky, které zabíjejí živé organismy. Střídání plodin a pěstování starých zapomenutých odrůd, které jsou přizpůsobené místním podmínkám, stejně jako ochrana mezí a remízků napomáhá vrátit do krajiny téměř již vymizelé druhy rostlin a živočichů.

8) Podpora "správné" ekonomiky

Biopotraviny ve skutečnosti nejsou dražší než konvenční potraviny, protože konvenční produkce je zaplacená ještě několikrát, skrytě a nenápadně, z našich daní. Platíme škody na řekách znečištěných hnojivy, platíme výzkumy a testy na BSE, vyvíjení nových typů pesticidů, likvidaci nebezpečných odpadů a důsledky znečištění životního prostředí. Americký autor Gary Null říká: "Když shrneme skutečné ekologické a sociální výdaje na zavlažení jedné hlávky salátu, její cena se bude pohybovat mezi 2 - 3 dolary" (60-90 Kč).

9) Biopotraviny jsou nutričně bohatší

Několik studií dokázalo, že biopotraviny obsahují více vitamínů a živin nežli produkce z konvenčního zemědělství. Bio plodiny měly podle vědeckých studií vyšší průměrný obsah všech 21 analyzovaných živin. Výsledky byly statisticky průkazné pro vitamín C (o 27% více), hořčík (29%), železo (21%) a fosfor (14%).

10) Ochrana budoucích generací

"Nezdědili jsme Zemi od našich otců, půjčujeme si ji od našich dětí" Lester Brown.

Děti jsou mnohonásobně více vystaveny nebezpečí konzumace zbytků nebezpečných pesticidů v jídle. Váš výběr potravin dnes, má velký význam na zdraví vašich dětí v budoucnu. A pokud chcete, aby vaše děti a vnoučata měla možnost navštěvovat venkov a hrát si v lese a na poli, tak jako jsme to dělávali zamlada my, kupujte biopotraviny - chráníte budoucí generace.

11) Lidé při práci na farmě nejsou ohroženi jedy

Práce v konvenčním zemědělství může vážně poškodit zdraví pracovníků. Jsou vystaveni mnohem většímu riziku onemocnění rakovinou, respiračními chorobami a jinými vážnými nemocemi. Vědecké studie dokazují, že farmáři vystavovaní působení herbicidů jsou šestkrát více ohroženi rakovinou než ti, co v zemědělství nepracují. Odhaduje se, že se ročně asi 1 milion lidí otráví pesticidy.

Ekofarmy poskytují bezpečné místo, kde se nikdo nevystavuje působení toxických chemikálií.

3.4. **Problematika drobného podnikání (6,16)**

Drobné podnikání lze definovat několika způsoby, já pro moji práci použiji znění dle České legislativy – ve smyslu zákona „O podpoře malého a středního podnikání“ č. 294/1992 Sb.

Tento zákon v §2 uvádí rozlišení podniků dle počtu zaměstnanců, ročního obratu, výše aktiv a (ne)závislosti na:

1) Malý a střední podnikatel

Zaměstnává méně než 250 zaměstnanců, aktiva v rozvaze nepřesahují 980 tis. Kč nebo má čistý obrat za poslední uzavřené účetní období nižší než 1,450 tis. Kč; je nezávislý

2) Malý podnikatel

Zaměstnává méně než 50 zaměstnanců, aktiva v rozvaze nepřesahují 180 tis. Kč nebo má čistý obrat nižší než 250 tis. Kč; je nezávislý

3) Drobný podnikatel

Zaměstnává méně než 10 zaměstnanců, aktiva v rozvaze nepřesahují 180 tis. Kč nebo má obrat menší než 250 tis. Kč; je nezávislý

Pojmem „nezávislý“ se rozumí podmínka, že žádná jiná osoba (nebo více osob společně), které nejsou definovány jako malý a střední, malý nebo drobný podnikatel, nemají alespoň 25% podíl na základním kapitálu podniku nebo jeho hlasovacích právech.

Malé a střední podniky ve většině zemí dnes hrají klíčovou roli v hospodářském růstu a vytvářejí převážnou část všech pracovních míst. I v České republice se stávají ústředním prvkem českého soukromého sektoru.

Velmi kladným makroekonomickým prvkem, je fakt že malé a střední podniky velmi dobře zajišťují konkurenci a působí proti monopolním tendencím. Čím více podniků se pohybuje na určitém trhu, tím je i větší konkurence. Podniky jsou nuceny snažit se o hledání co nejvýhodnějšího uplatnění na trhu. Zjišťují zákazníkům možnost volby ve spotřebě. Konkurenční boj pak umožňuje působit na snižování cen.

Malé a střední podniky se potýkají s řadou nevýhod i výhod, které mají vůči podnikům velkým.

3.4.1. Nevýhody malých a středních podniků (20)

Nevýhody v **oblasti financování** plynou především z menších možností dostupnosti k finančním zdrojům a to především u individuálních podnikatelů. Hlavním zdrojem financování je samofinancování. Dalším zdrojem kapitálu je bankovní úvěr a dodavatelský úvěr, tzv. cizí kapitál. Relativně vyšší náklady na nižší objem úvěru i vyšší riziko půjčovatele nečiní malé podniky nejoblíbenějšími klienty bankovních domů. Další nevýhodou ve finanční oblasti je fakt, že malé a střední podniky nemají obvykle vysoký stav hmotného a nehmotného majetku, aby odpisy vytvářely dostatečný prostor pro kontinuální reinvestování.

Negativní stránky má také **výrobní oblast**. Nejde jen o známý aspekt rozvoje koncentrace a zhromadňování výroby z hlediska nákladů, ale např. o nevyužívání kapacit strojů a další techniky, nedostatek prostředků pro vývoj nových výrobků, o nižší stupeň technologického rozvoje apod. V malých podnicích se také většinou neobjevují žádná trvalá výzkumná a vývojová oddělení. V malých a středních podnicích je větší podíl produkce náročné na živou práci, čímž dochází ke zvýrazňování významu lidského faktoru. Malé a střední podniky musí sázet na kvalitu své produkce jako na dlouhodobě určující prvek jejich úspěšnosti, jež úzce souvisí s kvalifikací pracovníků. V malých a středních podnicích je poměrně malý počet nevyučených a pomocných pracovníků. Převažují pracovníci s odbornou kvalifikací a širokými odbornými znalostmi.

Řada nevýhod existuje i v **oblasti odbytu**. Menší, lokální trh a omezený počet odběratelů zhoršují možnost konkurence schopnosti. V řadě případů je nutno udržovat osobní kontakty se zákazníky. Malé podniky také mohou vynakládat jenom omezené množství prostředků na reklamu. S výjimkou specializovaných výrob musí brát malé a střední podniky v cenové oblasti ohled na ceny rozhodujících velkých podniků. Ty jsou schopny držet relativně dlouhou dobu cenu výrobku na velmi nízké úrovni, neboť

ztrátu na tomto produktu kryjí zisky z jiného. Přirozeně jen malý počet malých a středních podniků zpracovává prognózy o vývoji trhu na bázi vědeckých poznatků. Malé podniky mají rovněž ztížené možnosti pro ovlivňování poptávky. Jejich přednost je spíše v rychlém přizpůsobování se změnám, v prostorové a psychologické blízkosti spotřebiteli.

Nevýhody v **personální oblasti** souvisí s vyšší intenzitou práce, vyžadují se spíše univerzálnější pracovní síly. Také pracovní podmínky jsou méně příznivé, zejména pokud jde o sociální zabezpečení, příplatky na dovolenou, stravování, apod. Rovněž pracovní čas je méně upřesněný, často je třeba se přizpůsobit množství zakázek a práce. Jelikož nejsou používána organizační schémata a popisy funkcí, dochází k nedorozuměním, pokud jde o plnění úkolů a ohraničení kompetencí.

Pokud jde o oblast **řízení podniku**, je velmi často vlastníkem i vrcholovým řídicím pracovníkem. Převažuje-li však u něj technicky orientované vzdělání, často chybí manažerské vědomosti a ekonomické znalosti. V jeho práci převažuje improvizace a intuice. Menší význam má plánování, zejména dlouhodobého charakteru, často dochází k přetížení vedoucích pracovníků. Jsou omezené možnosti srovnávání, ke skupinovému rozhodování dochází výjimečně. Často převažuje patriarchální řídicí styl. Negativním prvkem je i nedostatečná připravenost ke spolupráci a to především u malých průmyslových podniků a obchodních podniků. Malé podniky si zakládají na své samostatnosti, nezávislosti a nemají tendenci spolupracovat, nebo spolupráci nedůvěřují. Přitom spolupráce a kooperace s jinými podniky může znamenat znásobení jejich předností a zvýraznění konkurenčních výhod.

3.4.2. Výhody malých a středních podniků (20)

Týkají se zejména **organizační oblasti**. Malé podniky mají jednoduchou, přehlednou organizační strukturu, umožňující přímé vedení a kontrolu. Krátká cesta informačních toků dává předpoklady pro větší pružnost a rychlejší reagování na potřeby zákazníků. Jednodušší organizační struktura obvykle znamená i nižší míru byrokratizace i nižší náklady na správu firmy. Mezi vedoucími pracovníky nejsou většinou žádné další mezistupně, takže informační tok je méně rušen různými šumy. Vedoucí je bezprostředně účasten na podnikovém dění.

Výhodou je též **centralizace řídicích rozhodnutí** v rukou podnikatele. To umožňuje rychlost reagování, podporuje podnikavost i vysokou flexibilitu řízení podniku. Podnikatel rovněž není, tak jako u velkých podniků, ovlivňován různými vnitropodnikovými skupinovými zájmy. Také realizace rozhodnutí a představy, jsou přímou politikou podnikatele, prosazovanou prostřednictvím jeho vlastní vůle.

Kladem je i jednodušší **dělba práce** a méně specializovaná struktura podniku, což umožňuje rychlou reakci a přizpůsobivost na vnější změny.

Nevýhody v **personální oblasti** jsou vyváženy přednostmi, které spočívají v osobním, přímém kontaktu s vedením podniku. Podnikatel může vytvořit vztah důvěry na základě poznání osobních a rodinných problémů pracovníků a vést je ke spolupráci a osobnímu nasazení.

V malém podniku se rovněž **ztrácí anonymita**, pracovníci více pocítují důležitost svých pracovních výkonů, apod. Řada pracovníků je připravena vyměnit vysoké příjmy a komfortní pracovní prostředí za větší flexibilitu v zaměstnání a uspokojení z práce, z atmosféry malých skupin.

Přednosti v **oblasti výroby** jsou spojeny většinou se specializací na určitou část trhu, na specifický sortiment. Při zaměření na několik typů produktů je možno zajistit nákladově příznivou produkci, případně i posilování pozic podniku na trhu. Většinou jde o produkci v oblasti zakázkové, kusové a malosériové výroby. Specializace se může

rovněž týkat zaměření na lokální trhy či na vytvoření specifického okruhu odběratelů. Při vzájemné spolupráci a kooperaci, sdružováním do svazů, cechů, družstev, apod. lze zajišťovat též společné zásobování, odbyt i marketingové aktivity. Tím se docílí např. výhodnějších cen při nákupu vstupních surovin, stejná kvalita jejich dodávek, pozice na trhu, apod.

K základním faktorům, které mohou vést k ukončení podnikání v nově založeném, především malém podnikům, budou zpravidla patřit:

- Nedostatek zkušeností,
- neexistence výrobní nebo obchodní strategie,
- přehnaná optimistická představa o velikosti trhu,
- podceňování volby vhodného okamžiku pro zahájení podnikání,
- nedostatek oběžného kapitálu,
- příliš nákladné zahájení podnikání,
- špatné sídlo podniku,
- výběr a výchova zaměstnanců,
- nesprávně vedené účetnictví.

4. Analýza problému a současné situace

4.1. Stručná charakteristika firmy

1



Pro zpracování mé bakalářské práce jsem si vybral malou firmu „Ekofarma Deblín“. Jedná se o rodinnou společnost s dlouhodobou tradicí ve výrobě biopotravin a dalších bioproduktů. Společnost provádí také obchodní činnost s biopotravinami, která v posledních letech významně převyšuje činnost výrobní.

4.1.1. Předmět podnikání společnosti

1) Výroba vlastních biopotravin

Původní předmět podnikání, se kterým společnost začala po revoluci existovat. V místě podnikání vlastní 30 hektarů orné půdy, kde ekologicky pěstují zeleninu, brambory, obiloviny a byliny. V rámci pěstební činnosti dostala firma řadu ocenění, např. „Nejlepší ekologický zemědělec roku 2005“.

2) Obchodní činnost

V současné době společnost realizuje cca 90% svého obratu obchodní činností. V rámci této činnosti nakupuje vybrané biopotraviny z rakouského velkoobchodu, tyto biopotraviny převeze svým vozidlem na farmu. Poté biopotraviny roztřídí, dle potřeby omyje a zabalí do obalů podle přání zákazníka. Zboží následně uloží do chladicího boxu a co nejrychleji distribuuje (3x - 4x týdně) ke koncovým odběratelům.

¹ Obrázek č. 2 Logo společnosti Ekofarma Deblín

4.1.2. Lokalita

Společnost je situována ve středu městyse Deblín, necelých 20 km od Brna. Městys Deblín má přibližně 1000 obyvatel a nachází se u cesty spojující 8 km na západ Velkou Bíteš a 6 km na východ město Tišnov. V přímém okolí městyse je několik drobnějších obcí Pejškov, Vohančice, Úsuší, atd.

Firma využívá pro svou činnost rodinného domu – statku přímo u hlavní silnice. Ve dvoře pak v roce 2004-2005 vybudovala moderní přístavbu s balicí a třídící linkou, skladem. V současné době uvedla společnost do provozu ubytovací část statku pro zaměstnance ze vzdálenějších míst.

4.1.3. Vybavení

Jak jsem již zmínil, společnost je vybavena poměrně rozsáhlým statkem (30ha polností) s novou přístavbou, jejíž součástí je balicí stroj, třídící stroj, mycí stroj a chladicí box. V podkroví statku je v současné době nově vybudováno ubytování pro zaměstnance farmy, především pro zaměstnance ze zahraničí – Rumunská.

Firma má také k dispozici vlastní automobilový park – tranzit a velkokapacitní dodávku do 3t, pro pěstební účely také traktor.

4.1.4. Zaměstnanci

Společnost je větší rodinnou firmou – vedoucími pracovníky, kteří řídí chod celé farmy i obchodního oddělení jsou manželé Štěřbovi. Dále společnost využívá zaměstnanců, kteří pracují na mycí, balících a třídících strojích, jedná se proměnlivě o 10 – 20 lidí. Společnost také využívá pomocníky na farmě při pěstování vlastních bioproduktů.

4.1.5. Odběratelé

Firma je v případě své obchodní činnosti velmi orientována na dodávky biopotravin do řetězců (Intersparr, Marko, Metro, Globus, Hypernova), v menším množství jsou zastoupeny dodávky do maloobchodní sítě (Brněnka, apod.). Malá část produkce jde do restaurací, hotelů, jídelen, apod. Nepatrná část produkce společnosti putuje přímo ke spotřebitelům.

4.1.6. Dodavatelé

Společnost má jednoho hlavního dodavatele biopotravin – rakouský velkoobchod Achtleitner². Další dodavatelé jsou menší velikosti – jedná se o dodávky biopotravin z českých ekofarem, dodávky kvalitního bioosiva, dodávky kelímků a vaniček pro biopotraviny, dodávky

4.1.7. Sortiment

Sortiment společnosti je proměnlivý a velmi záleží na konkrétní poptávce řetězců. Podle původu můžeme sortiment společnosti rozdělit na:

- 1) Vlastní vypěstované biopotraviny – brambory, ovoce, obilí, atd.,
- 2) lastní vypěstované biobyliny,
- 3) biopotraviny vypěstované v Rakousku,
- 4) biopotraviny vypěstované v Itálii, Španělsku – jedná se o plodiny, které v ČR nerostou, nebo už mají po sezoně,
- 5) několik druhů biošťáv, biočajů a dalšího drobnějšího sortimentu.

² Achleitner Biohof GmbH www.biohof.at

4.2. SLEPTE analýza

V této analýze se zaměřím na vnější faktory a skutečnosti, které obklopují a ovlivňují společnost. V dnešním globálním světě je těchto faktorů celá řada. Z tohoto důvodu se zaměřím především na ty, u nichž hraje významnou roli souvislost s bioprůmyslem.

4.2.1. Analýza sociálních faktorů:

Zde bych se chtěl zamyslet nad současným rozvrstvením společnosti, jejich aspektech a tendencích vývoje. Naše společnost je velmi závislá na módních vlnách a trendech. Toto je pro podnikatele velmi náročné, protože se zvyšuje rychlost změn a nutnost velmi pohotové a rychlé reakce. Národním příkladem je segment bioprůmyslu, který zažívá v posledních několika letech velký růst. Různí lidé jsou ochotni připlácet nemalé částky za potraviny, které jsou pěstovány bez použití chemických hnojiv, a za živočišné produkty ze zvířat, chovaných podle jejich přirozených potřeb. V současné době také rychlým tempem roste poptávka po dalších bioproduktech, například po biotextíliích, jak na oblečení, tak pro použití do exteriéru, biokosmetice, atp.

Za předpokladu, že vycházím z faktu vyšší náročnosti pro výrobu bioproduktů, bioprodukty jako takové jsou a vždy budou dražší, než jejich ekvivalenty „nebio“. Z tohoto lze vyvodit, že biopotraviny budou obecně kupovány spíše vyšší střední třídou, která má možnost připlatit si za módní trend. Důležité při pohledu na společnost z hlediska biopotravín je uvědomit si, že největší spotřebitelé z oblasti střední třídy jsou lidé, kteří si samostatně připravují stravu. Potenciál ve vyšší třídě je samozřejmě také, ale tady většinou nefunguje samostatná příprava potravy a lidé se stravují v restauracích. Pokud jídlo připravují, biopotraviny budou samozřejmostí. U střední a vyšší třídy pak může fungovat využití i dalších bioproduktů, biotextílií, biokosmetiky, apod. Využití biopotravín u nižší třídy je jen v omezené míře, především díky finanční náročnosti.

4.2.2. Analýza legislativních vztahů (10, 19)

Společnost se musí jako každá jiná řídit právními normami České Republiky, daňovými zákony, občanským zákoníkem, zákoníkem práce, atp.

Nadstandardem v oblasti bioprůmyslu jsou přísné legislativní podmínky a normy. Těmito normami jsou upraveny prakticky všechny oblasti týkající se bioprodukce. V případě biopotravin je produkce kontrolována na každém kroku od pole přes úpravu a zpracování až ke konečnému spotřebiteli.

„Výroba biopotravin je vymezena zákonem č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství. Zakázáno je např. bělení, působení hormonů, ozařování a mikrovlnný ohřev, nakládání s použitím chemikálií atd. Nesmí se také používat syntetické přídatné látky (např. syntetická sladidla). Existuje pozitivní seznam povolených přídatných látek, jedná se přitom o látky v přírodě běžné nebo zhotovené z přírodních surovin, např. kyselina askorbová (vit. C), oxid uhličitý, kyselina mléčná, kyselina citrónová, karubin, atd.

Seznam certifikovaných biopotravin je zveřejněn na internetových stránkách www.kez.cz (Kontrola ekologického zemědělství, o.p.s.). „

Certifikované biopotraviny jsou označené grafickým symbolem BIO nebo jeho schválenými modifikacemi a nápisem „Produkt ekologického zemědělství“.

Příklady označení certifikovaných biopotravin:



ČR



Slovensko



Německo



EU

Obrázek č. 3 Vybrané označení biopotravin pro jednotlivé země

4.2.3. Analýza ekonomických faktorů (5)

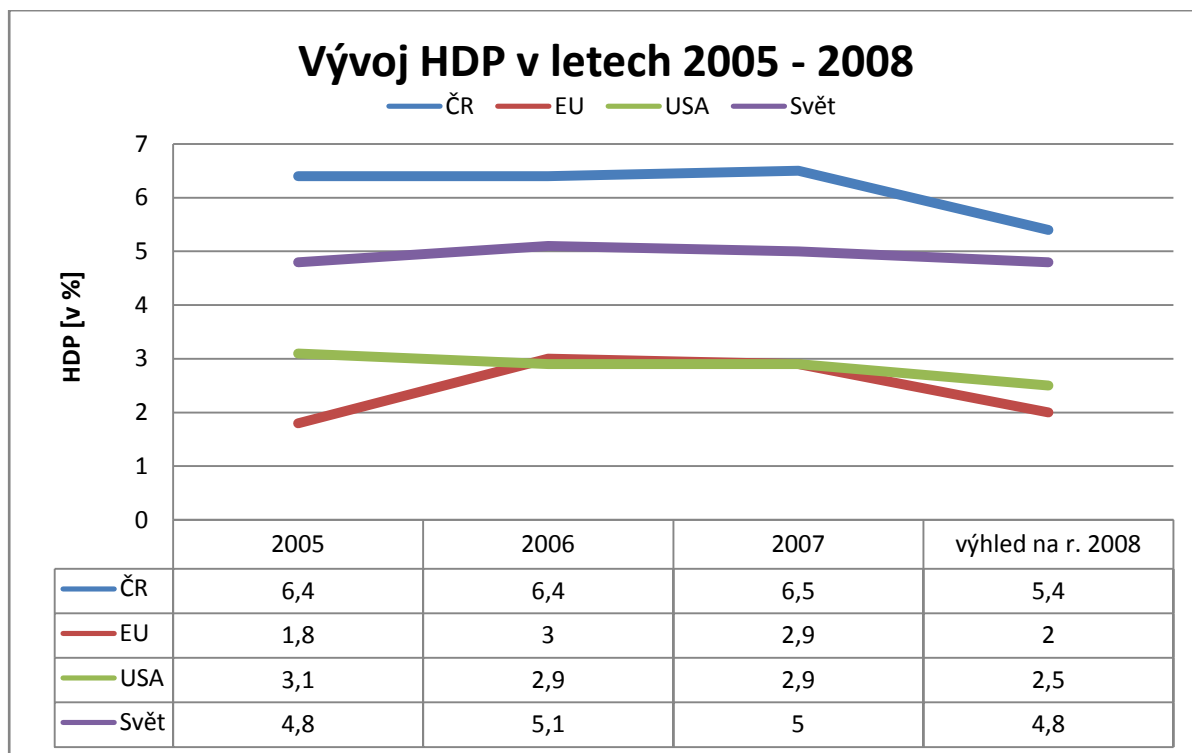
Česká ekonomika zažívá v posledních několika letech významný ekonomický a hospodářský růst. Tento trend bude pokračovat i v budoucích letech, ale může dojít k drobnému oslabení, z důvodu možného útlumu světové (především americké) ekonomiky.

Několik důležitých makroekonomických³ údajů, spolu s nástinem jejich budoucího vývoje:

4.2.3.1. Hrubý domácí produkt (9, 14)

Vývoj HDP se v letech 2005-2007 pohybuje v rozmezí 6,4 - 6,5 %. Odhadovaný výhled na první čtvrtletí roku 2008 je zpomalení na 5,4 %. I přesto se jedná o velmi optimistické výsledky. Výhled do budoucna HDP ČR je také optimistický, v budoucích letech nás čeká vytrvalý růst, avšak již nižších čísel než v letech 2005-2007. Významné faktory mluvící pro růst jsou především růst spotřeby domácností, dokončování velkých průmyslových oblastí a průmyslových zón (Hundai Nošovice, Kia u Holešova, atd.) a nastupující a budoucí reformy financí, sociálního systému a zdravotnictví. Drobný úpadek pak může způsobit prohlubující se hypoteční krize v USA a možný nástup celosvětové recese. Velmi negativním vlivem pro českou ekonomiku by byl hospodářský útlum Německa, jehož možné příčiny opět vidím v nastupující hospodářské krizi ve světě a hypoteční krizí v USA, rostoucími cenami ropy, energií. V případě vyššího ekonomického útlumu Německa, největšího obchodního partnera České Republiky, by bylo jasné očekávat útlum hospodářství České Republiky, pokles spotřeby domácností, která by se projevila na poklesu poptávky po nadstandardních a luxusních produktech (např. biopotravinách), protože lidé by začali upřednostňovat levnější alternativy.

³ Makroekonomie: zabývá se zkoumáním ekonomického systému jako celku



Tabulka č. 1 Vývoj HDP v letech 2005-2008 v ČR, EU, USA a celosvětově

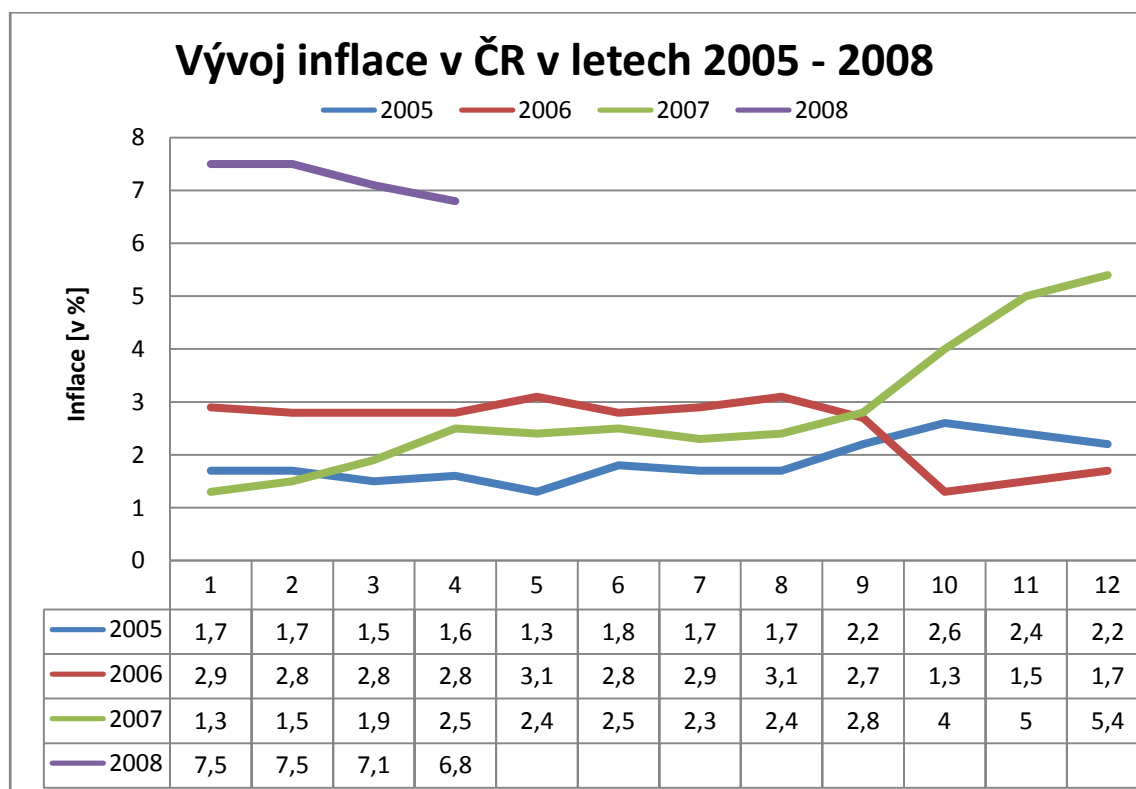
4.2.3.2. Inflace

Vyšší míra inflace je současný problém české ekonomiky. Je to důsledek hospodářských reforem, stejně jako celosvětového růstu cen energií, atp. Vyšší inflace je v každém případě negativní prvek v ekonomice každé země, proto je snaha institucí, které mohou tuto skutečnost ovlivnit (např. vláda, ČNB, atd.), držet inflaci na co nejnižší míře.

Na vývoji inflace v ČR v letech 2005 – 2008, znázorněný v tabulce č. 2, vidíme velký nárůst v posledních třech měsících roku 2007 a prvním čtvrtletí roku 2008, až na 7,5%. Toto ještě není nijak závažná hodnota, nicméně negativní ukazatel pro zdravou ekonomiku. Budoucí vývoj inflace v ČR by měl mít již sestupnou tendenci, především nástupem účinku hospodářských reforem a postupnou realizací sociální reformy. Avšak zvyšující se cenová hladina nejvýznamnějších položek spotřebního koše a možný nástup recese v globálním hospodářství, tento sestup předpovídají jako pomalý. Udržení inflace na co nejnižších možných hodnotách je prioritou každé vlády,

v současné době také povinností, ke které jsme nuceni ze strany Evropské Unie, pro možné zavedení eura.

Vývoj inflace v EU je dlouhodobě na úrovni 2%, na začátku roku 2008 vystoupila až na 3,2%.



Tabulka č. 2 Vývoj inflace v ČR v letech 2005 – 2008

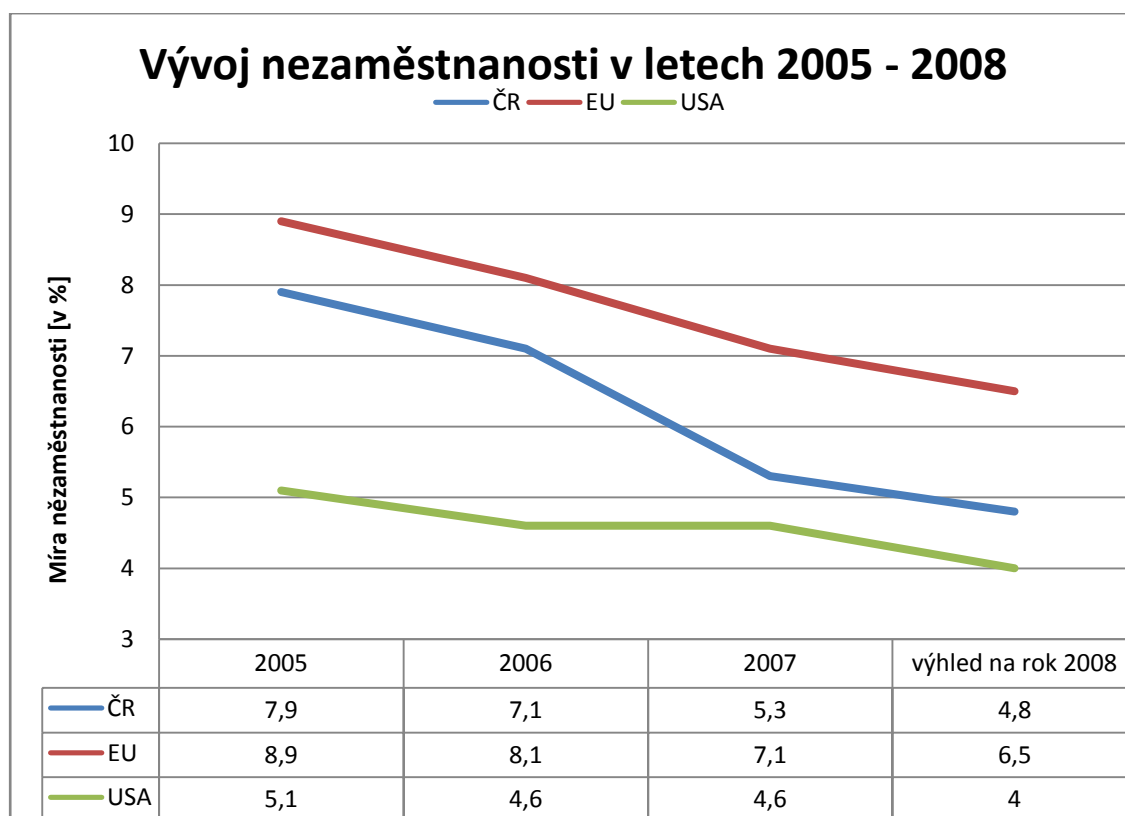
4.2.3.3. Nezaměstnanost

Úroveň nezaměstnanosti je důležitým faktorem pro každou ekonomiku, v posledních letech se ale také ukazuje, že je velmi důležité sledovat strukturu nezaměstnanosti. Neboť může docházet k efektu, kdy při nízké nezaměstnanosti, dochází k úbytku kvalifikovaných pracovních sil. Tedy na jedné straně velmi příznivý ekonomický a hospodářský jev v podobě vysoké zaměstnanosti, na druhé pak problematický přístup podnikatelů k pracovní síle.

Problém s nedostatkem kvalifikované pracovní síly je současným problémem české ekonomiky a obávám se, že tento trend bude do budoucna zesilovat. V dnešní době globalizace je stále menší množství lidí spjato se státem, není pro ně takový problém

odcestovat do zahraničí s vidinou lepšího standardu. A tedy i přesto, že bude, za předpokladu stále lepšího se školství, kvalifikovaných pracovníků přibývat, lze předpokládat větší migrace lidí do zahraničí s vidinou vyšších výdělků.

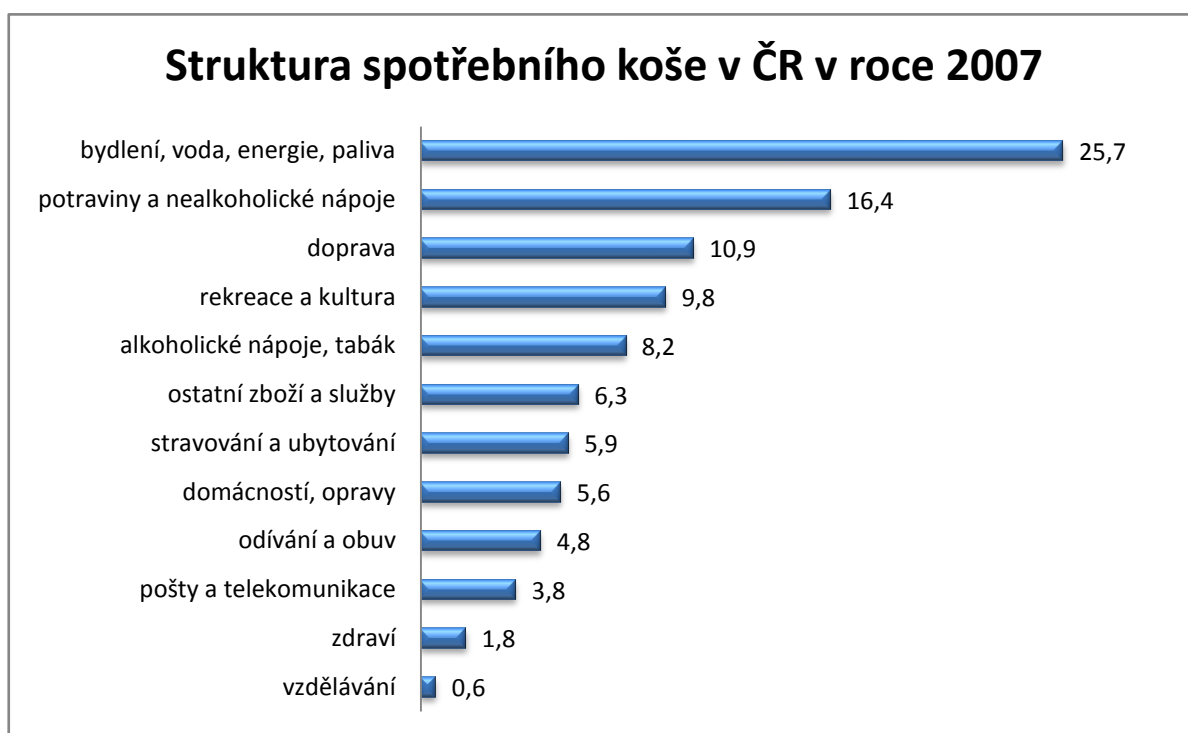
Míra nezaměstnanosti nám vypovídá o uchazečích o zaměstnání, kteří mohou bezprostředně nastoupit do zaměstnání při nabídce vhodného pracovního místa, tj. evidovaní nezaměstnaní, kteří nemají žádnou objektivní překážku pro přijetí do zaměstnání.



Tabulka č. 3 Vývoj nezaměstnanosti v ČR, EU a USA v letech 2005 – 2008

4.2.3.4. Struktura spotřebního koše (11)

Nejvýznamnějšími položkami spotřebního koše jsou výdaje na bydlení, vodu a energie, výdaje na potraviny a dopravu. Tyto tři položky spotřebního koše tvoří přibližně 50% výdajů domácností. Dle mého názoru, budou i do budoucna tyto položky růst a tvořit nejvýznamnější část spotřebního koše. Především kontinuální rostoucí cena výdajů na bydlení, za vodu, rostoucí cena energií a benzínu, tuto tezi potvrzují. V posledních letech jsme si zvykli i na další fakt, že potraviny z různých důvodů nezlevňují, ba naopak zdražují. Mezi tyto důvody řadíme rostoucí poptávku ve světě, rostoucí ceny energií, ropy i pracovní síly. Poslední dvě položky spotřebního koše zdraví a vzdělávání budou dle mého názoru v budoucích letech významně posilovat. Sestupnou tendenci bych očekával především v sektoru pošty a telekomunikace, a to ne, protože by se jednalo o útlumu sektoru, ale především kvůli rostoucí konkurenci.



Graf č. 1 – Struktura spotřebního koše v ČR v roce 2007

4.2.4. Analýza politických faktorů

Současné politické prostředí v ČR je charakterizováno dvěma hlavními silnými politickými stranami pravicí ODS a levicí ČSSD. Pro úspěšnou budoucnost ČR však není podstatné, zda bude vládnout strana levicová, či pravicová, nýbrž hospodářské reformy, které by měly být podporovány napříč politickými stranami. Toto je velmi důležité i budoucí vývoj české ekonomiky, protože klíčové hospodářské reformy jsou pro českou ekonomiku velmi důležité, a je potřeba tyto reformy nastavit s dlouhodobou platností. Proto nemá význam zavádět extrémní pravicovou hospodářskou reformu, aby ji levice po čtyřech či osmi letech zrušila, ale význam mají dlouhodobě promyšlené reformní kroky, tak aby našly podporu celým politickým spektrem a mohly fungovat i do budoucna. Klíčové hospodářské reformy, o kterých mluvím, jsou především reformy sociálního systému, důchodového systému a zdravotnictví. V těchto oblastech je nutno vytvořit efektivnější přerozdělování, tak aby systémem proudily prostředky bez zbytečných ztrát.

Vztah ČR je k EU velmi pozitivní, jsme nuceni přijímat legislativu EU a upravovat tuzemskou legislativu podle těchto potřeb. Významnou událostí je také předsednictví Česka v EU, kdy budeme mít více příležitostí pro prosazení našich zájmů.

V posledních letech se také stále mění daňová politika naší země. Neustálé změny nejsou dobrým impulzem pro podnikatelské prostředí, protože podnikatelé musí brát na vědomí nové faktory měnícího se zdanění, které ovlivňují jejich business plán. Jistým pozitivem je snižování daní pro podnikatelské subjekty, tento trend by měl fungovat i do budoucnosti.

4.2.5. Analýza technologických faktorů

Technický rozvoj bude směřovat v rozvoji informačních technologií, digitalizace, automatizace a miniaturizace. Pro ekofarmu je využití informačních technologií velmi důležité, především s rozvojem internetu vyvstává možnost dalšího odbytiště. Zároveň zde také najde svůj prvek automatizace, a to jak v podobě dokonalejšího zpracování biopotravin, tak při samotném pěstování v podobě dokonalejších strojů a mechanizace.

Prvky digitalizace a miniaturizace bychom v případě nasazení na ekofarmě hledali problematicky. Bioprodukce spadá spíše do oblasti pomalejších technologických změn, není nutno držet extrémně rychlý technologický rozvoj. I přesto není dobré technologický rozvoj zanedbávat, hlavně po stránce využití internetu, informačních technologií, čárových kódů, apod. Důraz na kvalitu produktu je tady na maximální možné míře, proto bude do budoucna zajímavé nasazení kontrolního mechanismu, či zaznamenávacího mechanismu (původ, proces zpracování, úprava, atd.).

4.2.6. Analýza ekologických faktorů

Je pravdou, že v průmyslu obecně dlouhou dobu ekologie hrála velmi malou roli. V posledních letech se situace vylepšuje, stále větší množství firem klade větší důraz na dodržování různých ekologických zásad a opatření. Celá řada společností se začala a začíná orientovat, případně přeorientovávat, na bioprůmysl. Je tomu tak z důvodu stále rostoucí poptávky po bioproduktech. V rámci nabídky biopotravin v současné době máme k dispozici na trhu kompletní sortiment bioovoce, biozeleniny, kobylin, biošťáv a biovína, biočaje, atd. Ale nejedná se již jen o biopotraviny, stále větší měrou se prosazují biokosmetika, biotextilie (biobavlna), částečně i fair trade⁴ výrobky. V současné době se začíná objevovat trend „biolidí“, kdy jde o jedince, kteří spotřebovávají vše jedine bio.

Ekologie vždy byla a vždy bude přímou součástí bioprůmyslu. Na biofarmách žijí zvířata v přirozených podmínkách, nejsou používány žádné chemické prostředky, ve větší míře je používáno větší množství přírodních materiálů.

Ekologické faktory budou mít, dle mého názoru, vzestupný trend a to jak v myšlení lidí, tak postupně i v legislativním rámci. Bude vznikat celá řada opatření pro minimalizace nežádoucích externalit a zachování zdravé přírody.

⁴ Spojení, jež v přímém překladu znamená „spravedlivý obchod“, označuje způsob obchodu s drobnějšími podnikateli z především rozvojových zemí. U tohoto způsobu obchodu je kladen důraz na poskytování "férových" obchodních podmínek pro zapojené výrobce, dodržování základních norem pracovního práva a ochrany životního prostředí.

4.3. SWOT analýza

4.3.1. Silné stránky podniku

1) Zachycení niky na trhu

S rostoucí poptávkou po biopotravinách firma brzy zjistila, že není schopna pokrýt všechny objednávky ze své produkce a zahájila spolupráci s rakouským velkoobchodem Achleitner. Společnost poté postavila přístavbu s drobnou mycí a třídící linkou a začala ve velkém distribuovat kvalitně přebalené a čerstvé biopotraviny. Získala celou řadu významných odběratelů – Marko, Metro, Interspar, Globus, Tesco, atd. Společnost vytvořila téměř dominantní postavení na českém trhu s biopotravinami.

2) Prvotřídní produkt

Společnost kladе velmi vysoký důraz na prodej perfektních výrobků a to po celou dobu své existence. Nejvíce upřednostňuje prodej tuzemských biopotravin, pokud biopotraviny k dispozici nejsou, nastupuje prodej ze zahraničních biofarem (Itálie, Španělsko, atd.). Biopotraviny jsou zpravidla přebalovány do požadovaných obalů a následně velmi šetrně a rychle transportovány k zákazníkovi. Každý kus je kontrolován v několika fázích procesu, tak aby ke spotřebiteli přišlo vše jen čerstvé.

3) Proslulá značka a dobré renomé firmy; dlouhodobá existence

Firma si za dobu své existence vytvořila velmi dobrou pověst a to především díky dosahování vysoké kvality a to z dlouhodobého hlediska. To, že má společnost přístup k biopotravinám na nejvyšší profesionální úrovni a že jsou biopotraviny z Ekofarmy Deblín špičkou na trhu, potvrzuje celá řada dosažených ocenění, například „Nejlepší ekologický zemědělec roku 2005“⁵, atd.

⁵ Tradiční cenu nejlepšímu ekologickému zemědělci roku uděluje PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců a to každoročně jednomu ze svých členů jako ocenění práce a dosažených výsledků v oblasti ekologického zemědělství. Hodnocena je nabídka a kvalita služeb, produkce bioproduktů, ekologická uzavřenost hospodářství a přínos pro rozvoj ekologického zemědělství. www.pro-bio.cz

4) Umístění podniku

Polohu podniku hodnotím z hlediska dobré dostupnosti k městu Brno, jako kladnou stránku, i když z tohoto vyvstávají i některé nedostatky - personální problematika, špatná dostupnost v zimních obdobích, horší dostupnost pro velké kamiony.

5) Vybavení podniku

Firma využívá kvalitních strojů v drobné hale postavené před několika lety. Důležitým faktorem je velká preciznost při dodržování přísných hygienických a dalších legislativních nařízení pro potravinářské provozy. Všudypřítomná čistota je nutností, a to i v případě strojího zařízení. Chladicí box má dostatečnou kapacitu i pro budoucí expanzi ekofarmy.

6) Využívání vlastních patentů a know-how

Je velkou výhodou, že společnost nemusí platit drahé analýzy a inovační procesy, kupovat patenty, licence nebo povolení. Společnost využívá své vlastní know-how a to jak v pěstební činnosti, tak v činnosti obchodní.

7) Výhody drobného podnikání

O výhodách se v širším pojetí zmiňuji v části 2.5.2 a jsou to především výhody v organizační oblasti (přímé vedení, nulová byrokratizace a centrálním řízení, osobní a přímý kontakt).

8) Čerpání dotací a pomoci z Evropské Unie

Společnost je velmi úspěšná v čerpání dotací z EU. Dotačního programu využívá jak pro svou výrobní činnost (především podpora při stavbě haly a nákupu strojů), tak i pro pěstební činnost.

9) Doprava a logistika

Společnost musí provádět kvalitní logistiku, zejména ve smyslu šetrného přístupu ke zboží náchylnému k potlučení. Také musí být velmi rychlá a v přesně stanovený čas u odběratele (just-in-time). Logistiku má společnost zajištěnou z největší části vlastními prostředky, z části využívá outsourcing.

10) Schopnost inovativního přístupu k produktům na základě poptávky

4.3.2. Slabé stránky podniku:

1) Absence smluv s odběrateli

Slabou stránkou je absence dodavatelských smluv s odběrateli se zárukou budoucích odběrů. Firma tak může nečekaně ze dne na den přijít o dodávky, které s pravidelným intervalem zajišťuje. Společnost má s tímto aspektem reálné negativní zkušenosti, protože její dřívější významný zákazník Tesco, ukončil spolupráci a v současné době provozuje svoje Tesco biopotraviny. Tímto se společnosti na jedné straně snížil odbyt a na straně druhé společnosti narostla další konkurence.

2) Závislost na velkých řetězcích

V současné době je společnost velmi závislá na velkých obchodních řetězcích, které jsou známy svou velmi agresivní politikou. Negativní aspekt je také platební politika obchodních řetězců, splatnost faktur 1 až 3 měsíce.

3) Absence přímého prodeje

Společnost spoléhá na fakt, že ji zákazníci vyhledají, kontaktují a následně koupí biopotraviny. Toto je velmi pasivní způsob a málo účinný způsob. Proto také maloobchodní prodej společnosti vykazuje velmi nízkou hodnotu.

4) Ekonomické řízení

Řízení společnosti vykazuje řadu slabých stránek, přecházejících přímo do hrozeb. Především liniová organizační struktura, kde chybí mezičlánek, tzn. přímé napojení jednoho vedoucího na podřízené. Z tohoto vyvstává hrozba při nemoci vedoucího, zdržení na dovolené, havárii, apod.

Dalším nedostatkem je řízení výrobní, obchodní, finanční a marketingové zastoupené v jedné osobě.

5) Pomalá reakce na technologický, informační a módní pokrok

Nejsilnější stránkou společnosti je především zachycení niky na trhu s biopotravinami. Společnost by v této tendenci měla pokračovat i nadále a snažit se nabízet zákazníkům nejmodernější a nejpokrokovější technologie, které na českém trhu kupříkladu ještě nejsou, ale jsou k vidění například v Německu, Rakousku, apod.. Mám na mysli využití moderního internetového obchodu s širokým sortimentem, možnost dlouhodobé objednávky „bedýnky“ s biopotravinami s dodávkami v pravidelném intervalu. Oslovování residenčních čtvrtí s možností dovozu kvalitních čerstvých biopotravin.

6) Částečně nevhodné umístění podniku

Především z hlediska personální stránky – společnost má problémy se získáváním kvalitní pracovní síly z okolí. Poloha firmy je u méně frekventované silnice, v zimních obdobích hrozí problémy s dostupností.

7) Nevýhody plynoucí z drobného podnikání

Celá řada nevýhod je zmíněných v kapitole 2.4.1. Především se jedná o horší dostupnost k finančním zdrojům, méně efektivní využití výrobních prostředků, absence zpracovávání prognóz o vývoji trhu na bázi vědeckých poznatků, omezené možnosti srovnávání při řízení společnosti, nutnost univerzálnější pracovní síly, apod.

8) Nízká produkce vlastních biopotravin

Velmi vysoká poptávka je po biopotravinách vypěstovaných v tuzemsku. Společnost produkuje poměrně značné množství vlastních biopotravin, i přesto jsou z důvodu extrémní poptávky tyto biopotraviny velmi rychle vyprodány. Jistým problémem je aspekt dlouhodobějšího skladování (nutnost kvalitních větších skladovacích prostor).

4.3.3. Příležitosti podniku:

1) Zaměření na širší segment trhu

I. Rozšíření sortimentu.

- Čerstvé biopotraviny,
- čerstvé nebio,
- trvanlivé biopotraviny.

I. Rozšíření dodavatelů.

II. Rozšíření odběratelů.

- Restaurace, penziony, hotely,
- vybrané mateřské, základní školy; internátní školy,
- domovy pro seniory, ...

2) Vytvoření oddělení přímého prodeje

3) Vyšší vytížení současné výrobní linky

Za předpokladu, že se společnosti úspěšně podaří další expanze a rozšíření sortimentu, společnost má velkou příležitost zvýšit kapacitu výrobní linky, která je v současné době využita cca ze 60%.

4) Průkopnictví v pokrokových službách

Společnost by pro svou budoucí expanzi měla zkoušet a prověřovat další možnosti proražení na trhu a to především ve službách, které v současné době na českém trhu nabízeny nejsou nebo jen velmi málo.

Konkrétně například využití moderního internetového obchodu s širokým sortimentem, možnost objednávky tzv. „bedýnky“ s biopotravinami s dodávkami v pravidelném intervalu. Oslovování residenčních čtvrtí s možností dovozu kvalitních čerstvých biopotravin. Další možné uchycení na trhu by bylo v kategorii „velmi čerstvé“ produkty, například čerstvé ryby v kádích, nebo už zabité na ledu, několik dní stará vejčka, několik dní stará rajčata, apod.

5) Vyšší využití evropských dotací a programů

4.3.4. Hrozby podniku:

1) Absence smluv s odběrateli

2) Noví konkurenti na trhu – silné společnosti

3) Centralizované řízení – nevýhoda „jednoho vedoucího“

Při dočasné nebo dlouhodobější absenci vedoucího pracovníka (manžele Štěrbovi) dojde k paralyzování podnikání.

4) Problém s pracovní silou

Toto je všeobecný problém většiny společností v současné době – nedostatek kvalitní pracovní síly na trhu. Také zkoumaná společnost má problémy se spolehlivou kvalifikovanou pracovní silou. Tento problém může velmi rychle přerůst v hrozbu, v případě zvýšení odběrů, by společnost kvůli nedostatku pracovní síly nemohla přebalovat dostatečné množství biopotravin.

5) Zpřísnění norem pro jakost a hygienických předpisů

- 6) Sezónní závislost; závislost na klimatických podmínkách
Hrozba, která vychází z podstaty zemědělství. Když se neurodí, není co prodávat.
- 7) Nárůst cen biopotravin
Extrémní nárůst cen biopotravin by znamenal snížení současné poptávky; zboží by kupovali jen dobře situovaní spotřebitelé. Tento jev by mohl nastat v případě splnění hrozby č. 6, velké neúrody.
- 8) Všeobecný růst cen, inflace, nárůst transportních nákladů
- 9) Riziko vypršení expirační lhůty
Může nastat v případě zdržení transportního vozu na hranicích, v zácpě, v případě poruchy transportního vozu, ale i v běžném provozu. Např. prodlevou na balící lince (prodleva při mycím a třídícím procesu), zakousnutím stroje, momentálním nedostatkem krabic na přebalení, apod.

5. Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení

Vycházím z provedených analýz. Ve SLEPTE analýze jsem zjistil důležité makroekonomické poznatky, které jsem potřeboval k posouzení dané problematiky, jako celku. Tyto poznatky mně především sloužily k vytvoření SWOT analýzy.

Prvotním výstupem SWOT analýzy jsou důležité poznatky pro řízení společnosti, a to snažit se o minimalizaci slabých stránek a hrozeb, a naopak o maximalizaci silných stránek a příležitostí společnosti.

Pro vedení společnosti je důležité, že nízká podpora silných stránek, může zapříčinit jejich proměnu ve slabosti. Slabosti, stejně jako nevyužité příležitosti, se mohou proměnit v hrozby.

Druhotně jsem na základě SWOT analýzy vyhodnotil použití WO strategie – strategie **překonání slabin využitím příležitostí**. Tuto strategii jsem volil na základě faktu, že silné stránky společnosti nejsou dostatečně silné na to, aby je bylo možno využít na získání další výhody (SO strategie), nebo aby je bylo možné využít na úspěšné čelení hrozbám (ST strategie). WT strategii také nelze úspěšně použít, protože společnost nemá mnoho příležitostí minimalizovat náklady, pro úspěšné čelení hrozbám.

Pro společnost navrhuji tato možná opatření:

- 1) Zařízení prodejního stánku u ekofarmy pro potraviny blížící se expirační době.
Toto opatření vychází z hrozby č. 9 a ekofarmě by sloužilo k minimalizování odpadu biopotravin – zboží může být prodáváno za nižší cenu, i přesto by nebyla přímá ztráta způsobená vyhozením biopotravin. Lidé z městyse Deblín a okolních vesnic by dozajista uvítali možnost koupě biopotravin za nižší cenu.

- 2) Hledání přímých odběratelů po trase cesty vozu z rakouského velkoobchodu na farmu.

Řidič by mohl po cestě z rakouského velkoobchodu vyložit několik bedýnek s biopotravinami do restaurací, škol, jídelen a podobných zařízení. Pokud by bylo problémem balení ve velkém množství, řidič by mohl mít k dispozici váhu a potřebné biopotraviny odvážit podle požadavku zákazníka. Významnou stránkou je minimalizace transportních nákladů.

Problémem tohoto návrhu jsou legislativní podmínky, za kterých se musí biopotraviny prodávat. Mám na mysli nutnost prodávat biopotraviny omyté, speciálně zabalené.

- 3) Pokusit se prorazit v okolí současných transportních cest.

Určit si zóny dostupnosti (kružnice od současných transportních cest) a v tomto území se snažit dosáhnout maximálního počtu odběratelů – hotely, penziony, restaurace, kavárny. Tento návrh opět klade důraz na nezvýšení transportních nákladů.

- 4) Zkoušet výhodnost přímých prodejů v rekreačních oblastech.

V oblastech, kde je vyšší koncentrace lidí, u vodních nádrží, přehrad, v rekreačních a chatových oblastech. Vypravit dodávku s např. biorajčaty, biopaprikou a nabízet tyto produkty přímo konečným spotřebitelům.

- 5) Oslovení strany zelených a dalších ekologických spolků.

Přes stranu zelených nabídnout jejich členům dodávky čerstvých biopotravin, např. formou „bedýnek“ (dlouhodobé předplatné biopotravin, zasílaných v pravidelném intervalu konečnému spotřebiteli). Toto uskutečnit například rozdáním letáček do jednotlivých kanceláří SZ. Možné použít i na další spolky lidí, kteří jsou ekologicky zaměřeni (hnutí Duha, apod.)

- 6) Možnost prorazit do luxusnějších domovů pro seniory, soukromých sanatorií.

- 7) Orientace na špičkové mateřské školy, soukromé základní a střední školy, kvalitnější internátní školy.

V těchto soukromých zařízeních existuje předpoklad, že by rodiče byly ochotni připlácet nemalé částky, aby jejich dětem bylo připravováno jídlo z kvalitních čerstvých biopotravin. Velmi pozitivním aspektem tohoto návrhu je výchova budoucích spotřebitelů, kteří budou od dětství zvyklí na konzumaci nejkvalitnějších biopotravin, a dá se předpokládat, že tento trend by u těchto spotřebitelů přetrvával i nadále. Firma může tyto konzumenty od malička naučit na svou značku, svoje kvalitní biopotraviny, takže zákazník bude vyžadovat tyto produkty i v budoucnu.

Tento návrh lze propojit i s dodávkami biopotravin do jednotlivých domácností, kdy si domácnost domluví přes školu odběr potřebného množství bioovoce a biozeleniny. Tento systém je výhodou jak pro školy (můžou nakupovat větší množství biopotravin za nižších cenových podmínek), tak také pro jednotlivé domácnosti (rodiče mají kvalitní biopotraviny přímo dostupné, když vyzvedávají dítě ze školy), ale především pro Ekofarmu Deblín, protože si vychovává budoucího spotřebitele biopotravin a učí je na svou značku.

Společnosti bych doporučoval tento návrh projednat s vedením školy, případně je požádat o povolení účasti na schůzkách rodičů, a projednat tuto záležitost přímo s rodiči.

Každý jednotlivý návrh má své vážné problémy a může představovat finanční riziko pro firmu. Avšak jak z předcházejících analýz vyplynulo, firma na trhu zaujímá pozici firmy malé, a tudíž stojí před obvyklou budoucností malých firem. Buď její rozvoj bude úspěšný, a firma se rozšíří nebo zůstane malou a po určité době bude vytlačena úspěšnější konkurencí. S ohledem na situaci firmy, bych doporučoval orientovat se na rozšíření firmy. Musím však konstatovat, že všechna moje doporučení jsou také motivována uvědoměním si, jak důležité je doplňovat stravu obyvatel regionu o „zdravé“ a nezávadné biopotraviny. Toto mé stanovisko je v souladu se všeobecným trendem v oblasti zdravého životního stylu a výživy, a proto se domnívám, že firma by měla ofenzivní strategii uplatnit.

6. Závěr

Cílem předkládané bakalářské práce bylo provést analýzu vybrané firmy, a na základě výsledků analýzy navrhnout opatření, kterými by se pozice firmy na trhu zlepšila. Pro uskutečnění tohoto cíle, jsem se nejdříve musel seznámit s problematikou malé společnosti Ekofarma Deblín. Předtím než jsem použil analytické metody, jsem se s firmou seznamoval prostřednictvím návštěv a rozhovorů, jak s managementem, tak s pracovníky.

Produkty firmy představující biopotraviny, se začínají uplatňovat na trhu, kde vytvořily speciální niku, která se neustále rozšiřuje, takže nárůst spotřeby biopotravin, lze chápat jako přirozený trend a navíc, jde o trend do určité míry módní. Obojí znamená, že na rozšířený tržní prostor mohou vstupovat další subjekty, tedy potenciální konkurenti Ekofarmy Deblín.

Proto jsem věnoval velkou pozornost na vypracování SLEPTE analýzy. Poznatky z této analýzy mně umožnily částečně odhadnout budoucí možný vývoj tuzemského trhu s potravinami. Zároveň jsem však výsledky této analýzy uplatnil při provádění SWOT analýzy, v níž jsem se zaměřil na rozpoznání a vztahu silných a slabých stránek ekofarmy Deblín i nad strukturou jejich příležitostí a hrozeb.

Všechny tyto poznatky se mi staly východiskem pro formulování některých návrhů, jejichž realizace, podle mého názoru, by umožnila realizovat WO strategii a přispět k tomu, aby došlo k posílení tržní pozice firmy. Za zejména důležitý považuji aspekt přeměny postavení firmy vůči dodavateli z malého alespoň na středního odběratele. Uvědomuji si, že o předložených návrzích je třeba diskutovat s managementem firmy a přesvědčit jej, že je třeba realizovat ofenzivní strategii rozvoje, tak aby firma byla úspěšnější. Předloženými návrhy jsem splnil cíl své bakalářské práce.

7. Seznam použité literatury

- [1.] 11 důvodů proč kupovat biopotraviny. /online/ Dostupné z: <http://www.biospotřebitel.cz/page.php?selected=1249>. Poslední úpravy 28.4.2008
- [2.] BARTÁK R. J., DOUBRAVSKÁ M. Vše o biopotravinách. /online/ Dostupné z: <http://www.spolecnostprozvirata.cz/data/biopotraviny.pdf> . Poslední úpravy 28.4.2008
- [3.] BLAHA, Z., JINDŘICHOVSKÁ, I. *Jak posoudit finanční zdraví podniku*. 2.vyd. Praha: Management Press. 1996. 159 s. ISBN 80-85603-80-2
- [4.] Dobrou biochuť. /online/ Dostupné z: <http://www.probio.cz/napsalionas/2006-11-14-dobrou-biochut.htm>. Poslední úpravy 28.4.2008
- [5.] Ekonomická data a údaje. /online/ Dostupné z: <http://www.czso.cz/>. Poslední úpravy z 28.4.2008
- [6.] GERBER, M. E.: Podnikatelský mýtus. Management Press. Praha 1997
- [7.] GRUNWALD, R. *Analýza finanční důvěryhodnosti podniku*. Praha: EKOPRESS. 2001 76s. ISBN 80-86119-47-5
- [8.] GRUNWALD, R., HOLEČKOVÁ, J.: *Finanční analýza a plánování podniku*. 3. vyd Praha: VŠE, 2007. 180 s. ISBN 978-80-245-1108-5
- [9.] HDP svět The World Economy <http://www.allbusiness.com/finance-insurance/4053053-1.html>. Poslední úpravy 28.4.2008
- [10.] Jak se biopotraviny označují. /online/ Dostupné z: <http://www.biopotraviny.cz/bio-potraviny.php>. Poslední úpravy 28.4.2008
- [11.] Nový spotřební koš od ledna 2007. /online/ Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/menova_politika/zpravy_o_inflaci/2007/2007_duben/box_y_a_prilohy/zoi_2007_duben_b1.html. Poslední úpravy 28.4.2008
- [12.] Obliba biopotravin v ČR roste. /online/ Dostupné z: <http://www.pramenyzdravi.cz/4186809/Obliba-biopotravin-v-CR-roste-budou-je-prodavati-diskonty.php>. Poslední úpravy 28.4.2008
- [13.] PAULAT, V.J. *Finanční analýza v rukou manažera, podnikatele a investora*. 1 vyd. Praha: Profess Consulting. 1999. 120 s. ISBN 80-7259-006-5
- [14.] Světová ekonomika. /online/ Dostupné z: <http://www.euroekonom.cz/ekonomika-svet.php>. Poslední úpravy 28.4.2008

- [15.] SWOT analýza. Lukáš Bumbálek. /online/ Dostupné z: <http://www.strukturalni-fondy.cz/rps/swot-analyza>. Poslední úpravy 28.4.2008
- [16.] SYNEK, M. a kol. *Manažerská ekonomika*. 2.vyd. Praha: Grada Publishing, 2000. 456 s. ISBN 80-247-9069-6
- [17.] ŠULEŘ, O.: *Manažerské techniky*. 1. vyd. Olomouc: Rubico, 2003. 225 s. ISBN 80-85839-89-X
- [18.] Trh s biopotravinami rostl loni u nás nejrychleji v Evropě. /online/ Dostupné z: http://www.denik.cz/ekonomika/biopotraviny_obchod_2007051.html. Poslední úpravy 28.4.2008
- [19.] Typy biocertifikátů. /online/ Dostupné z: <http://www.vsebio.cz/cs/certifikaty-bio>. Poslední úpravy 28.4.2008 3.2.2
- [20.] VÁPENÍČEK A., VÍTKOVÁ R., VOLKO V., Konkurenceschopnost malých a středních podniků v aliancích (CLUSTERS) 1.vyd, 2005. 115s ISBN 80-02-01772-2
- [21.] Zákon č. 242/2000 Sb., „O ekologickém zemědělství“
- [22.] Zákon č. 294/1992 Sb., „O podpoře malého a středního podnikání“

8. Seznam tabulek a grafů

Tabulka č. 1 Vývoj HDP v letech 2005-2008 v ČR, EU, USA a celosvětově

Tabulka č. 2 Vývoj inflace v ČR v letech 2005 – 2008

Tabulka č. 3 Vývoj nezaměstnanosti v ČR, EU a USA v letech 2005 – 2008

Graf č. 1 Struktura spotřebního koše v ČR v roce 2007

9. Seznam obrázků

Obrázek č. 1 Schéma SWOT analýzy

Obrázek č. 2 Logo společnosti Ekofarma Deblín

Obrázek č. 3 Vybrané označení biopotravin pro jednotlivé země

10. Seznam zkratk

BSE - Bovinní spongiformní encefalopatie – lidově „nemoc šílených krav“

ČNB – Česká Národní Banka

EPA - Environmental Protection Agency

EZ – Ekologické zemědělství

GMO - Geneticky modifikovaný organismus

HDP - Hrubý domácí produkt

11. Seznam příloh

Příloha č. 1 Česká republika: hlavní makroekonomické ukazatele

Příloha č. 1 Česká republika: hlavní makroekonomické ukazatele

Prameny: ČSÚ, MPSV, ČNB, MF a ČHMÚ

		1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
HDP na 1 obyvatele	mld. Kč, b. c.	1466,5	1683,3	1811,1	1996,5	2080,8	2189,2	2352,2	2464,4	2577,1	2814,8	2987,7	3231,6	3557,7
HDP na 1 obyvatele v PPS	Kč/obyv., b. c.	141 957	163 183	175 772	193 929	202 357	213 110	230 064	241 593	252 617	275 770	291 938	314 765	344 644
HDP	PPS/obyv., b. c.	10 774	11 586	11 828	11 961	12 385	13 036	13 891	14 419	15 215	16 257	17 155	18 504	
Výdaje na konečnou spotřebu	%, r/r, reálně	.	4,0	-0,7	-0,8	1,3	3,6	2,5	1,9	3,6	4,5	6,4	6,4	6,5
z toho: spotřeba domácností	%, r/r, reálně	.	5,7	2,4	-1,0	3,0	1,1	2,6	3,5	6,3	0,9	2,3	3,8	4,2
Výdaje na tvorbu hrubého kapitálu	%, r/r, reálně	.	8,4	2,2	-0,8	2,8	1,3	2,3	2,2	6,0	2,9	2,3	5,4	5,7
z toho: fixního	%, r/r, reálně	.	11,6	-8,4	-2,1	-3,5	10,6	6,6	4,6	-1,4	9,1	-0,4	11,0	9,2
Vývoz zboží a služeb	%, r/r, reálně	.	9,9	-5,7	-0,9	-3,3	5,1	6,6	5,1	0,4	3,9	2,3	5,5	6,1
Dovoz zboží a služeb	%, r/r, reálně	.	5,5	8,4	10,4	5,4	16,5	11,2	2,1	7,2	20,7	11,8	14,4	14,5
Domácí realizovaná poptávka	%, r/r, reálně	.	12,1	6,9	8,3	4,9	16,3	12,8	5,0	8,0	17,9	5,0	13,8	13,7
Deflátor HDP	%, r/r	.	7,0	-0,1	-1,0	1,2	2,2	3,6	4,0	4,8	1,6	2,3	4,2	4,7
		.	10,3	8,4	11,1	2,8	1,5	4,9	2,8	0,9	4,5	-0,2	1,7	3,4
Hrubý disponibilní důchod	mld. Kč, b. c.	477,1	669,5	794,1	976,8	053,4	152,6	287,4	365,1	467,8	658,5	822,4	031,9	320,2
Hrubé národní úspory	mld. Kč, b. c.	424,8	454,9	441,0	525,5	512,1	542,4	570,4	553,3	532,2	620,0	701,4	769,5	893,6
Míra hrubých národních úspor	%	28,8	27,2	24,6	26,6	24,9	25,2	24,9	23,4	21,6	23,3	24,9	25,4	26,9
Míra hrubých úspor domácností	%	15,2	11,5	11,3	9,3	8,5	8,4	7,4	8,3	7,4	5,4	6,4	6,6	5,1
Souhrnná produktivita práce	%, r/r	.	3,1	-0,9	0,8	4,9	3,8	2,0	1,3	5,0	4,1	5,4	4,4	4,6
Jednotkové pracovní náklady	%, r/r	.	8,7	8,5	6,5	2,5	1,8	4,8	3,6	3,0	1,4	-1,6	1,1	1,2
Energetická náročnost	%, r/r	-1,9	0,2	-3,6	-4,2	-3,6	-1,4	-0,3	-1,3	2,9	-2,5	-6,1	-4,8	
Emise CO2	%, r/r	4,0	5,5	-4,5	-6,2	-3,0	4,8	1,3	-3,1	2,6	0,8	-0,6	4,0	
Průmysl - tržby	%, r/r, reálně	.	.	6,1	0,6	-0,7	7,7	6,0	2,7	5,8	9,9	8,1	11,6	10,0
Stavebnictví - tržby	%, r/r, reálně	.	.	-0,3	-11,5	-8,5	0,6	6,8	-3,5	11,2	4,5	3,7	13,8	4,1
Služby - tržby	%, r/r, reálně	.	.	-1,7	-5,7	2,3	5,7	4,4	0,9	4,7	3,2	3,0	5,0	7,0
Zemědělství - tržby	%, r/r, reálně	.	.	0,7	-1,8	1,9	-3,0	-1,6	2,5	-5,5	0,0	8,0	-3,7	-6,6

		1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Počet zaměstnaných s jediným nebo hl.zam.	%, r/r	0,7	0,2	-0,7	-1,4	-2,1	-0,7	-0,1	0,8	-0,7	-0,6	1,2	1,3	1,9
Míra registrované nezaměstnanosti	%, průměr	2,99	3,08	4,28	6,04	8,54	9,02	8,54	9,15	9,90	10,24	.	.	.
Míra reg.nezam. podle stávající metodiky	%, průměr	9,19	8,97	8,13	6,62
Obecná míra nezaměstnanosti	%, průměr	4,0	3,9	4,8	6,5	8,7	8,8	8,1	7,3	7,8	8,3	7,9	7,1	5,3
Míra dlouhodobé nezaměstnanosti	%, průměr	1,1	1,1	1,3	1,9	3,1	4,1	4,2	3,7	3,8	4,2	4,2	3,9	2,8
Průměrné hrubé nominální mzdy	%, r/r	18,6	18,3	9,9	9,2	8,4	6,4	8,7	7,3	6,6	6,6	5,3	6,4	7,3
Průměrné reálné mzdy	%, r/r	8,7	8,7	1,3	-1,4	6,2	2,4	3,8	5,4	6,5	3,7	3,3	3,8	4,4
Průměrný starob.důchod/průměrná mzda	%	43,8	43,5	45,3	45,9	45,2	44,2	43,4	43,5	42,2	40,6	41,1	40,8	40,6
Míra inflace	%, r/r, průměr	9,1	8,8	8,5	10,7	2,1	3,9	4,7	1,8	0,1	2,8	1,9	2,5	2,8
Míra inflace	%, r/r, prosinec	7,9	8,6	10,0	6,8	2,5	4,0	4,1	0,6	1,0	2,8	2,2	1,7	5,4
Ceny průmyslových výrobců	%, r/r, průměr	7,6	4,8	4,9	4,9	1,0	4,9	2,9	-0,5	-0,3	5,7	3,0	1,6	4,1
Ceny stavebních prací	%, r/r, průměr	10,6	11,3	11,3	9,3	4,8	4,1	4,0	2,7	2,2	3,7	3,0	2,9	4,1
Ceny tržních služeb	%, r/r, průměr	17,6	12,7	10,9	8,8	4,1	3,4	3,9	3,2	1,6	2,3	-0,3	3,3	1,6
Ceny zemědělských výrobců	%, r/r, průměr	7,6	8,3	2,9	2,3	-11,7	9,2	8,4	-9,5	-2,9	8,1	-9,4	1,1	16,5
Ceny vývozu zboží	%, r/r, průměr	7,3	1,0	5,2	4,3	-0,9	6,3	0,4	-6,7	0,9	3,7	-1,5	-1,2	1,3
Ceny dovozu zboží	%, r/r, průměr	5,7	1,4	5,1	-2,7	1,8	12,0	-1,5	-8,5	-0,3	1,6	-0,5	0,3	-1,0
Směnné relace	%	1,5	-0,4	0,1	7,2	-2,7	-5,1	1,9	2,0	1,2	2,1	-1,0	-1,5	2,3
Měnové ukazatele														
CZK/EUR	průměr	36,882	35,610	34,083	30,812	31,844	31,904	29,784	28,343	27,762
CZK/USD	průměr	26,545	27,138	31,711	32,274	34,600	38,590	38,038	32,736	28,227	25,701	23,947	22,609	20,308
Nominální efektivní kurz	%, r/r	2,9	1,7	-5,5	0,8	-0,2	1,2	4,3	11,4	-0,5	-0,4	6,2	5,0	1,9
Reálný efektivní kurz	%, r/r	-1,7	12,4	-13,6	9,5	2,2	3,1	4,7	2,3	3,4
M2 *	%, r/r	20,3	9,1	10,8	5,4	7,7	5,6	13,0	3,5	6,9	4,4	8,0	9,9	13,2
Běžný účet (BÚ) platební bilance	mld. Kč	-36,3	-111,9	-113,0	-40,5	-50,6	-104,9	-124,5	-136,4	-160,6	-147,5	-48,5	-100,8	-89,0
Finanční účet (FÚ) platební bilance	mld. Kč	218,3	113,6	34,3	94,3	106,6	148,0	172,8	347,8	157,1	177,3	154,8	104,9	104,5
Změna devizových rezerv	mld. Kč	-197,9	22,5	56,0	-62,6	-57,1	-31,6	-67,2	-216,9	-12,9	-6,8	-92,9	-2,1	-15,7
BÚ/HDP	%	-2,5	-6,6	-6,2	-2,0	-2,4	-4,8	-5,3	-5,5	-6,2	-5,2	-1,6	-3,1	-2,5
FÚ/HDP	%	14,9	6,7	1,9	4,7	5,1	6,8	7,3	14,1	6,1	6,3	5,2	3,2	2,9
Stav devizových rezerv* (DR) ČNB	mld. Kč	373,0	339,9	338,5	376,7	461,4	496,8	524,5	714,6	691,5	636,2	726,7	656,6	631,0
Stav DR* ČNB/HDP	%	25,4	20,2	18,7	18,9	22,2	22,7	22,3	29,0	26,8	22,6	24,3	20,3	17,7
Krytí dovozu zboží a služeb DR ČNB	měsíc	5,5	4,4	3,9	4,1	4,7	4,1	3,9	5,6	5,0	3,9	4,2	3,4	2,9

Fiskální ukazatele		1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Vládní deficit (přebytek)	mld. Kč	-197,0	-55,8	-68,8	-100,1	-77,3	-81,5	-135,0	-166,8	-170,6	-83,3	-106,7	-85,9	-56,1
Vládní deficit (přebytek)/HDP	%	-13,4	-3,3	-3,8	-5,0	-3,7	-3,7	-5,7	-6,8	-6,6	-3,0	-3,6	-2,7	-1,6
Saldo státního rozpočtu (SR)	mld. Kč	7,2	-1,6	-15,7	-29,3	-29,6	-46,1	-67,7	-45,7	-109,1	-93,7	-56,3	-97,6	-66,4
Saldo SR/HDP	%	0,5	-0,1	-0,9	-1,5	-1,4	-2,1	-2,9	-1,9	-4,2	-3,3	-1,9	-3,0	-1,9
Vládní dluh	mld. Kč	214,4	209,9	236,7	299,8	340,5	405,4	591,5	702,3	775,0	855,1	888,6	951,5	019,4
Dluh sektoru vlády v procentech HDP	%	14,6	12,5	13,1	15,0	16,4	18,5	25,1	28,5	30,1	30,4	29,7	29,4	28,7
Státní dluh	mld. Kč	154,4	155,2	173,1	194,7	228,4	289,3	345,0	395,9	493,2	592,9	691,2	802,5	892,3
Státní dluh/HDP	%	10,5	9,2	9,6	9,8	11,0	13,2	14,7	16,1	19,1	21,1	23,1	24,8	25,1

Zdroj: ČNB, www.cnb.cz

